

# **ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА**

## **Модуль I.**

### **1.ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН**

#### **1.1. Социально-экономические и географические факторы развития международного туризма**

##### **2.1. Международный туризм в странах и регионах дальнего зарубежья**

За последние десятилетия само понятие «туризм» существенно изменилось. Если раньше туризм определялся как один из видов активного отдыха, то сегодня в этом значении данный термин применяется для обозначения этого вида деятельности только внутри страны. При использовании термина применительно к зарубежным странам его значение существенным образом расширяется: это любая поездка за рубеж, не связанная с поиском заработка и переменой постоянного места жительства (рекреационный туризм, деловой туризм, лечебный туризм, спортивный туризм, обучающий туризм и т.д.).

География туризма - дисциплина, изучающая страны и регионы, представляющие интерес для туризма. Специфический подход географии туризма, отличающий данную дисциплину от других направлений физической и экономической географии, состоит в том, что ее интересует не комплексное исследование природы, населения и хозяйства той или иной страны и не установление характера взаимодействия между человеческим обществом и географической средой, а изучение и описание тех особенностей природы, климата, ландшафта, флоры и фауны страны, которые делают ее привлекательной в качестве туристского объекта.

Существенное место в географии туризма занимает историко-культурный компонент, поскольку многие страны мира привлекают туристов не столько благоприятным климатом и красотой природных ландшафтов, сколько памятниками истории и культуры.

В сферу интересов географии туризма кроме природных и историко-культурных достопримечательностей входят разнообразные объекты и события, которые могут привлечь людей с самыми разнообразными интересами и потребностями: лечебные, учебные, научные учреждения, торговые центры, спортивные, научные, праздничные мероприятия, сезонные распродажи товаров и т.д.

Своим происхождением туризм обязан разнообразию географических районов мира и стремлением людей с этим разнообразием ознакомиться.

Цели, виды и формы путешествий, а также выбор маршрута тесно связаны с определенными географическими районами и объектами. Таким образом, географический фактор в туризме играет ключевую роль.

Стоимость путешествия во многом зависит от ряда географических факторов: расстояния, транспортной доступности, наличия и объема рекреационных ресурсов. Географические факторы, оказывающие влияние на туризм, можно разделить на физико-географические, экономико-географические, этнические и культурно-исторические. Рассмотрим их подробнее.

#### Физико-географические факторы

Характер природных условий оказывает большое влияние на выбор потенциальными туристами маршрута или района путешествия. Туристы принимают во внимание климатические и ландшафтные особенности, богатство и уникальность растительного и животного мира, естественные возможности для активного отдыха. Как правило, стремление отдохнуть, сменить обстановку сочетается у многих людей с желанием познакомиться с экзотикой. Экзотические природные объекты являются одним из важнейших туристских ресурсов. Наиболее широко для привлечения туристов используется уникальная природа и ее достопримечательности в странах Юго-Восточной Азии, Африки, Центральной и Южной Америки, Австралии и Океании.

Весьма важную для туризма роль играет географическое положение района или страны, прежде всего, здесь следует отметить близость к морю, к горным и лесным массивам, характер береговой линии, положение страны по отношению к основным поставщикам туристов, нахождение региона на важных транзитных путях и т.д.

Большое значение для туристов имеет рельеф района. Популярностью пользуются районы со сложным и, как правило, живописным рельефом. Горный рельеф выигрывает перед равниной не только в эстетическом плане. Он располагает и большим запасом рекреационных ресурсов благодаря чистоте горного воздуха, повышенному уровню ультрафиолетового излучения, возможности организации горно-лыжных и альпинистских центров и т.д. Поэтому неслучайно многие горные системы мира стали процветающими туристскими районами.

Стремясь к полноценному отдыху, туристы предпочитают маршруты и времена года, характеризующиеся благоприятными погодными условиями. Нередкие капризы природы, присущие районам с неустойчивым климатом, а также стихийные бедствия способствуют снижению числа гостей в такие места.

Учитывая требования туристов к погодно-климатическим условиям, главные туристские регионы расположены в зонах умеренного климата обоих полушарий, а также на островах жаркого пояса, где высокая температура воздуха компенсируется морскими ветрами. Однако в последние десятилетия возрос интерес туристов к экзотическим уголкам земного шара, что способствует расширению зоны международного туризма.

Наличие в стране морских и океанских побережий благоприятствует развитию туристских регионов. В условиях комфортного климата, хорошо прогреваемой у берегов морской воды и наличия удобных пляжей они могут

стать подходящим местом для создания морских курортов, также морские побережья обеспечивают удобство сообщения, возможность проведения круизных путешествий, являются великолепным естественным украшением ландшафта.

Реки и озера также являются важными туристскими ресурсами. Они украшают ландшафт, формируют благоприятный микроклимат, предоставляют туристам возможность отдыхать на воде, заниматься водными видами спорта, обеспечивают туристские центры водой. В настоящее время приозерные курорты и зоны отдыха Финляндии, Польши, Венгрии, Швейцарии и других стран являются популярными районами туризма.

К туристским ресурсам относятся и леса, благодаря которым в местах отдыха создается обстановка, позволяющая «изолироваться» от внешнего мира и «цивилизации». Лес имеет очень большое оздоровительное значение, снижает уровень шума в зонах отдыха.

Для большинства туристов характер животного мира посещаемого района никакой роли не играет, тем не менее в ряде мест для привлечения гостей большое внимание уделяется их интересу к экзотическим животным. Множество национальных парков, заповедников и открытых для охоты зон Африки, Азии, США и Канады, Австралии и Европы стали настоящими туристскими центрами.

В некоторых странах (Чехия, Венгрия, Германия, Австрия и т.д.) важным туристским ресурсом являются минеральные воды и грязи, обладающие целебными свойствами. Международные курорты на минеральных водах привлекают достаточно устойчивые потоки туристов.

В целом о влиянии физико-географических факторов на развитие международного туризма можно сказать, что, чем большим числом разнообразных природных ресурсов, пригодных для рекреации, располагает определенный район, тем больше у него возможностей для привлечения туристов.

#### Экономико-географические факторы

Влияние экономико-географических факторов на международный туризм осуществляется по двум направлениям: в первом - данные факторы выступают как объект, привлекающий туристов в определенный район, а во втором как важное средство, с помощью которого развивается туризм.

Экономико-географические факторы являются объектом, благоприятствующим туризму, в том смысле, что экономика разных стран и районов довольно различна между собой по структуре и уровню всех отраслей хозяйства, по их территориальному размещению и сочетаниям, специфике технологических процессов и т.д., что вызывает интерес у представителей деловых и промышленных кругов. Растущие потребности мировой экономики влекут за собой рост международных контактов. Нередко в программу путешествий бизнесменов и промышленников входит посещение научных центров и производственных предприятий с целью ознакомления с результатами достижений данной страны в научно-

технической сфере, изучения опыта, технологий, повышения профессионального уровня и квалификации.

Экономико-географические факторы как средства, способствующие развитию международного туризма, определяются ростом туристской инфраструктуры и фондов размещения, развитием международных и внутренних коммуникаций, совершенствованием транспортных средств.

Развитие материальной базы международного туризма осуществляется двумя методами: интенсивным и экстенсивным. Гостиницы, мотели, пансионаты и другие средства размещения появляются на все большей территории Земли, охватывая самые отдаленные и экзотичные уголки, развиваясь и увеличиваясь на освоенных уже ранее территориях. По такому же принципу происходит развитие предприятий общественного питания, розничной торговли, спортивных объектов, индустрии развлечений.

Параллельно с увеличением числа объектов туристской индустрии происходят и серьезные качественные изменения, это, прежде всего, модернизация и реконструкция объектов, внедрение новейших технических средств и информационных технологий, изменения в структуре туристских комплексов и т.д., что способствует как улучшению сервиса, так и повышению экономической эффективности в сфере международного туризма.

Важнейшая роль в развитии туризма принадлежит транспорту. В последние десятилетия в результате научно-технического прогресса транспорт стал более скоростным, безопасным, емким и комфортабельным.

К экономико-географическим факторам, влияющим на развитие международного туризма, можно отнести следующие:

- 1) экономико-географическое положение принимающей страны (положение по отношению к туристским рынкам, транзитные возможности);
- 2) экономический уровень принимающей страны и стран, являющихся для нее основными поставщиками туристов;
- 3) наличие достаточного числа квалифицированных кадров для организации приема зарубежных туристов;
- 4) конкретный для данной территории уровень цен на рекреационные ресурсы, услуги средств размещения, транспорта, общественного питания и т.д.;
- 5) уровень развития внешних и внутренних транспортных связей данного района.

#### Этнические факторы

Этнические предпосылки развития международного туризма состоят в том, что нашу планету населяет большое число различных народов, каждый из которых имеет свою историю, культуру, традиции, обычаи, религию. Множество людей вследствие роста образовательного и культурного уровня стремится познакомиться с жизнью разных народов в наиболее полном объеме. Это можно достичь только путем посещения зарубежных стран. Таким образом, международный туризм выступает в качестве средства познания жизни других народов.

## Культурно-исторические факторы

Музеи и картинные галереи, выставки, архитектурные памятники и исторические достопримечательности всегда привлекают туристов. Интерес к истории, культуре, быту и традициям других народов выступает важнейшим катализатором развития международного туризма. В этом плане культурно-исторические факторы тесно переплетаются с факторами этническими.

### *Классификация видов туризма*

К иностранным туристам относятся все временные посетители, прибывшие в данную страну не менее чем на 24 часа на отдых, лечение, с учебными, религиозными или спортивными целями, а также в командировку, для участия в конференциях, с деловыми целями или по семейным обстоятельствам.

В качестве исходного пункта при построении классификации видов туризма целесообразно взять основную цель путешествия. Базируясь на определении «временный посетитель», можно в качестве наиболее общих понятий построить классификацию следующим образом:

- 1) рекреационный туризм (отдых и лечение);
- 2) экскурсионный туризм (знакомство с культурными, историческими и природными достопримечательностями);
- 3) научный туризм (участие в научных совещаниях, знакомство с научными открытиями и т.д.);
- 4) деловой туризм (визиты для проведения деловых встреч);
- 5) этнический туризм (путешествия для встреч с родственниками);
- 6) приключенческий туризм (походные экспедиции, охота и т.д.);
- 7) спортивный туризм (путешествия для занятий спортом);
- 8) обучающий туризм;
- 9) религиозный туризм (путешествия к местам, которые почитаются верующими);
- 10) развлекательный туризм (посещение праздничных мероприятий).

Нередко указанные виды туризма могут пересекаться, но преимущество такой классификации состоит прежде всего в том, что она показывает основное направление развития туристского региона в зависимости от тех целей и задач, с которыми туристы его посещают.

Для того чтобы лучше показать уникальность туризма, следует также обратить внимание и на другие типы классификаций. Здесь можно отметить следующие:

Классификация, характеризующая особенности субъектов туризма:

- 1) по возрасту (детский, молодежный, среднего возраста);
- 2) по составу (индивидуальный, семейный, групповой);
- 3) по социально-экономическому статусу (бизнес-туризм, конгрессный, образовательный и т.д.);
- 4) по основному занятию во время отдыха (альпинизм, байдарочный, велосипедный, охотничий и т.д.).

- Классификация, в основе которой рассматривается сочетание используемых ресурсов (горный, дачный, морской, экскурсионный).

- Классификация по следующим показателям:

- 1)используемый транспорт (авиационный, автобусный, автомобильный, железнодорожный, водный, конный, велосипедный, пеший);

- 2)роль в валютных трансферах (въездной, выездной);

- 3)сезонность (летний, зимний, межсезонный).

Классификация по видам туризма является наиболее объемной.

Рекреационный туризм. Этот вид туризма (с целью отдыха) для ряда государств является наиболее массовой формой. Поездки иностранных туристов в Испанию, Турцию, Италию, Францию преследуют прежде всего именно эту цель. Здесь характерны большая продолжительность путешествия, меньшее количество городов, которые входят в маршрут, и соответственно большая продолжительность пребывания в одном месте, которым, как правило, является курорт на морском побережье.

Другая особенность массовых поездок на отдых заключается в широком использовании авиационного транспорта и чартерных рейсов.

Поездки с целью лечения (бальнеологический туризм) отличаются от всех других видов туризма, так как прежде всего они носят сугубо личный, индивидуальный характер. Однако нередки случаи, когда туристы объединяются для совместных поездок, что имеет своей целью получение групповых скидок за проезд. Обычная продолжительность тура на лечение составляет 24-28 дней, что значительно больше, чем по другим видам туризма.

Как правило, организацией маршрутов с целью лечения занимаются только те фирмы, которые на этом виде туризма специализируются. Обычно они связаны с различными медицинскими учреждениями и организациями. Поездку на лечение рекомендует врач, а уже затем ее оформляет туристская фирма. Большое значение для формирования спроса на путешествия с целью лечения имеет информированность представителей медицинских учреждений данной страны о курортах и возможностях лечения в других странах.

Экскурсионный туризм. Этот вид туризма включает в себя путешествия и поездки с познавательными целями. Экскурсия как форма познания и вид досуга выполняет функции информации, расширения кругозора и интеллекта. Для экскурсионного туризма так же, как и для рекреационного, характерными являются поездки и на групповой, и на индивидуальной основе.

Познавательные цели могут сочетаться с целью отдыха. Познавательная поездка может предшествовать отдыху на курорте либо во время отдыха туристы могут совершать экскурсии, в том числе в другие города и даже в другие страны.

В ряде государств характерной чертой познавательных экскурсий является тенденция совершать их на большие расстояния с посещением за одну поездку сразу нескольких стран. Для этого вида туризма трудно

выделить какой-либо наиболее предпочтительный вид транспорта. Наряду со значительным объемом авиаперевозок следует отметить рост популярности автобусных путешествий, поездок железнодорожным транспортом, речных и морских круизов.

Одной из разновидностей познавательных поездок является автомобильный туризм. По сравнению с путешествиями на других видах транспорта поездки на автомашинах и автобусах дают туристам гораздо большую возможность познакомиться со страной.

Научный туризм. Этот вид путешествий является сравнительно новым в международном туризме. Развитие внешнеэкономических связей, НТР и материально-технический прогресс, стремление использовать передовой опыт других стран и народов в создании духовных и материальных ценностей способствуют расширению международных контактов среди представителей научных кругов разных держав. Данный вид туризма, включающий поездки с целью участия в различных совещаниях, конгрессах, симпозиумах, занимает все более прочное место в современном международном туризме.

Обычно в каждой такой международной встрече участвуют от 200 до 10 тыс. человек. Нередко участников конгресса сопровождают члены их семей, для которых организаторы форумов предлагают чисто туристскую программу. Как правило, и сами участники во время проведения научного мероприятия знакомятся с достопримечательностями данного города, а после завершения конгресса совершают ознакомительные поездки по стране. Характерной чертой этого вида туризма является то, что участник конгресса тратит во время своего пребывания в стране значительно больше денег, чем обычный турист. Поэтому многие государства стремятся к проведению у себя международных научных форумов и встреч. Специально для этого создаются крупные конгресс-ные центры, имеющие залы для заседаний и средства для размещения посетителей. Некоторые туристские фирмы полностью специализируются на обслуживании мероприятий такого рода.

Участники международных форумов обычно используют авиатранспорт. Ввиду большого числа сопровождающих лиц научным встречам присущ высокий спрос на двойное размещение. При этом около 10% участников заказывает обслуживание по классу «люкс», а остальные по первому классу. На некоторых научных встречах предусматривается присутствие студентов и молодых специалистов в качестве ассистентов и наблюдателей. Для них обычно размещение и обслуживание организуется не в гостиницах, а в студенческих общежитиях по более низким ценам.

Деловой туризм. Вторая половина XX столетия ознаменовалась дальнейшим развитием и интернационализацией внешнеэкономических отношений. Растущие потребности мировой экономики влекут за собой рост международных контактов. Поездки представителей деловых кругов в последнее время стали носить массовый характер.

Ряд туристских фирм специализируется на организации групповых поездок бизнесменов с целью изучения новых рынков и заключения

торговых сделок. При этом туристская фирма нередко активно помогает бизнесменам: изучает положение дел на том или ином рынке, собирает данные о возможных торговых партнерах, предоставляет необходимые экономические материалы, организует деловые встречи и т.д.

Анализ рынка деловых поездок базируется прежде всего на состоянии экономических отношений между двумя конкретными странами или группами стран.

Деловые поездки могут предъявлять спрос на индивидуальное обслуживание по самому высокому классу с размещением в дорогостоящих апартаментах, закреплением на весь день автомобилей и т.д.

Наиболее популярным для деловых визитов является первый класс с повышенным спросом на одноместное размещение. Деловые путешествия являются очень выгодными в экономическом плане, так как они не зависят от сезонных факторов. В разгар туристского сезона в период отпусков они даже несколько сокращаются по объему. Важно и то, что поездки бизнесменов не требуют дополнительных затрат на рекламу, в большей степени для них необходима информация о порядках и сроках бронирования мест.

В деловом туризме можно выделить международные и двусторонние совещания по вопросам торгового или научно-технического сотрудничества.

Одной из форм делового туризма являются также поездки с целью участия или посещения международных и национальных выставок и ярмарок.

Конгрессы и совещания различных международных организаций также являются довольно распространенной формой деловых путешествий. Как правило, от научных форумов они отличаются меньшим количеством участников.

Составной частью делового туризма являются поездки специализированных групп с однородным профессиональным составом, которые проводятся за счет предприятия-работодателя в качестве поощрения лучших работников. В программу таких путешествий включено посещение научных центров и промышленных предприятий с целью ознакомления с результатами достижений данной страны или фирмы в научно-технической сфере, а также для изучения технологий, повышения профессионального уровня и квалификации участников поездки.

Следует отметить, что обычно участники деловых путешествий используют авиатранспорт.

Этнический туризм. Данный вид туризма связан с посещением родственников или мест рождения родителей и занимает важное место в международном туристском обмене. За последнее время в этом довольно своеобразном виде туризма произошли некоторые структурные изменения, отражающиеся на его характере. Если в 70-80-х годах XX в. основную роль играли путешествия с целью посещения родственников или места их рождения, то в 90-х годах происходит естественное сокращение первого поколения выходцев из других стран, и все большее место начинают занимать представители третьего и четвертого поколений, у которых в



значительной мере утеряны прямые родственные связи и в большей степени мотивационную роль играет стремление познакомиться с родиной предков. Это налагает определенный отпечаток на их требования к путешествию, в частности, повышает спрос на размещение в гостиницах, а не у родственников.

Приключенческий туризм. Эта довольно своеобразная форма отдыха обеспечивает не только пребывание туристов в привлекательном для них месте, но и их занятие необычным видом деятельности («охота на медведей в Сибири», «ловля лосося на Камчатке», «поиски пиратских кладов в Карибском море» и т.д.).

Приключенческий туризм подразделяется на несколько видов:

- 1) походные экспедиции;
- 2) сафари-туры (охота, рыбалка, ловля бабочек и т.д.);
- 3) морские путешествия (яхтинг).

География и тематика приключенческих туров довольно обширна и разнообразна. Обычно это групповые туры. Специфической чертой такого туризма является получение различных лицензий, которые разрешают охоту, рыбалку, вывоз трофеев. Приключенческий туризм связан с определенным риском, поэтому для обеспечения безопасности таких туров необходимы высококвалифицированные инструкторы, проводники и т.д. Данный вид туризма имеет довольно высокую стоимость, и его можно отнести к разряду элитарного отдыха.

Спортивный туризм. Основными потребителями спортивных туров являются различные любительские спортивные клубы и ассоциации. Главная задача спортивного тура - обеспечение возможности гостям заниматься определенным видом спорта. К необходимому оснащению спортивных туров можно отнести специальные трассы, подъемники, спортивные площадки, устройства, сооружения, разнообразный инвентарь.

Обучающие туры. В них внимание, как правило, уделяется обучению языкам, но, кроме того, могут быть туры с обучением какому-либо виду спорта, спортивным играм, а также по повышению квалификации и т.д. Обычно ежедневные занятия по программе обучающих туров проводятся до полудня, а все остальное время отводится на развлечения и экскурсии. Помимо этого, существует и интенсивная программа обучения (2030 часов в неделю).

Религиозный (паломнический) туризм. Данный вид туризма считается изначальным, историческим. В настоящее время он также пользуется большой популярностью. В туризме с религиозными целями можно выделить несколько видов путешествий:

- 1) паломничество (посещение святых мест для поклонения реликвиям);
- 2) познавательные экуменические поездки (знакомство с религиозными памятниками, историей религии, культурой религии);
- 3) научные поездки (поездки богословов, историков, ученых занимающихся вопросами религии).

Серьезной проблемой в данном виде туризма является вопрос о подготовке кадров. Важно, чтобы гиды и экскурсоводы могли не только показать исторические и архитектурные достопримечательности, но и были знакомы с духовными и религиозными ценностями.

Развлекательные туры. Эти туры очень популярны и разнообразны. Их продолжительность невелика (2-4 дня). В Европе очень распространены рождественские туры. Программа таких туров состоит в основном из развлечений (посещение праздничных мероприятий, ресторанов, концертов и т.д.).

Указанные виды туризма не исчерпывают всего его многообразия. Широкое распространение получил лечебный туризм, когда поездка за рубеж осуществляется с целью восстановления здоровья.

Необходимо отметить и возрастающее значение обучающего туризма, когда основной целью путешествия является образование. Как самостоятельный вид международного туризма можно рассматривать так называемый хобби-туризм, который предоставляет отдыхающему возможность заняться любимым увлечением среди тех, кто разделяет его интересы, во время отдыха или путешествия (автолюбители, спортивные болельщики, поклонники музыкальных коллективов и т.д.).

Как об отдельном виде туризма, получившим довольно широкое распространение в нашей стране, следует сказать о «шоп-турах» поездках за границу с целью приобретения товаров народного потребления (в основном изделий легкой промышленности, автомобилей, мебели и т.д.) для последующей их реализации. При кризисе отечественной промышленности деятельность таких туристов - «челноков» - примерно на 1/5 наполняет товарами потребительский рынок и в целом с системой сбыта обеспечивает занятостью около 3 млн человек.

Знакомясь со статистическими данными ВТО, можно сделать вывод, что при всем разнообразии видов туризма основной целью туристских поездок продолжает оставаться отдых. На его долю приходится 70% общего числа прибытий в мире. Деловые путешествия, включая участие в научных форумах, составляют около 13%. Однако необходимо отметить, что это сочетание в различных регионах мира выглядит неодинаково. Например, в африканских государствах доля поездок на отдых значительно ниже, она составляет около 30%, а доля поездок делового характера, напротив, резко превышает среднемировые показатели и составляет примерно 40%. В государствах, расположенных на других континентах, распределение общего числа прибытий иностранных гостей практически близко к среднемировым показателям.

### ***Особенности и принципы районирования в международном туризме***

Туристское районирование территории является довольно важной задачей, так как решение ее позволяет с наибольшей эффективностью, не в ущерб другим экономическим отраслям, а также при минимальном воздействии на природу использовать определенные территории для отдыха людей и развития их культуры. Разработка научных принципов туристского

районирования и дальнейшее их развитие позволяют выявлять новые рекреационные ресурсы и другие предпосылки для развития туризма в еще не освоенных местах; выделять и создавать новые туристские районы различного порядка; правильно определять их туристскую специализацию, переносить опыт развития туризма из одних районов в другие с аналогичными условиями; дифференцированно относиться к многообразным по условиям туристским районам.

Туристское районирование -задача сложная. Сложность ее заключается в двух аспектах:

1. Рассматривается территория всего мира, т.е. очень разные, несхожие друг с другом области.

2. Районирование должно охватить такие места, где туризма практически нет или он развит слабо, но для него есть определенные предпосылки.

К числу районообразующих факторов в международном туризме относятся следующие:

- 1) основные особенности географического положения с точки зрения туризма (положение по отношению к туристским рынкам и принимающим регионам, положение по отношению к нестабильным в политическом плане районам и «горячим точкам планеты», взаимоотношения с сопредельными странами, а также теми государствами, по территории которых проходят используемые основной массой туристов коммуникации, и т.д.);

- 2) характер природы, уровень комфортности климатических условий, богатство и разнообразие рекреационных ресурсов, возможность и удобство их использования;

- 3) насыщенность территории природными и культурно-историческими достопримечательностями, их взаимосочетание и положение по отношению к основным зонам и центрам туризма;

- 4) степень привлекательности природных и культурно-исторических достопримечательностей для основной части туристов и перспективной клиентуры;

- 5) уровень доступности района с точки зрения существующих коммуникаций;

- 6) уровень необходимых затрат во времени для прибытия на данную территорию и возвращения домой;

- 7) общий уровень затрат финансовых средств туристами для совершения путешествия;

- 8) уровень развития туристской инфраструктуры (оснащенность территории средствами размещения, транспортом, средствами связи, предприятиями питания, торговли и т.д.);

- 9) уровень сервиса и квалификация обслуживающего туристов персонала;

- 10) емкость территории для приема туристов;

- 11) стабильность внутривнутриполитической ситуации;

12) уровень безопасности для туристов с точки зрения криминогенной ситуации;

13) уровень безопасности для туристов с точки зрения экологической ситуации;

14) уровень общеэкономического развития, обеспеченность трудовыми ресурсами, материальными средствами и финансовыми возможностями для создания и дальнейшего развития индустрии туризма и гостеприимства;

15) территория с точки зрения ее места на туристском рынке, т.е. объем туристских потоков, посещающих данный район, и предпосылки для формирования таких потоков в будущем;

16) структура зарубежной туристской клиентуры, приезжающий в район;

17) основные особенности туризма в данном районе (ритмы сезонности, продолжительность, преобладающие виды туризма, основные цели посещения и т.д.);

18) отношение властей и местных туристских органов к проблемам туризма;

19) экономическая роль туризма для данного района (размер поступлений в бюджет от туризма, расходы на развитие туристской инфраструктуры, место туризма среди других отраслей экономики и взаимосвязь с этими отраслями, влияние туризма на занятость местного населения, общий экономический эффект от туризма);

20) перспективы развития туризма в данном районе.

Значение всех этих факторов в формировании туристских районов неодинаково. Действие этих факторов проявляется в самых разнообразных комбинациях.

Проводя туристское районирование России и ряда зарубежных стран и выделяя туристские таксонометрические территориальные единицы разного порядка, из-за недостаточности количества информации даже по крупным территориям нельзя учесть все районообразующие факторы для каждого региона и определить в каждом случае их роль. Районирование проводится здесь с опорой на большее или меньшее для каждой территории число этих факторов, с выделением тех из них, которые для данной территории имеют наибольшее значение.

Следует обратить внимание на то, что районирование многих стран с точки зрения внутреннего туризма обычно не совпадает с таковым в плане международного туризма, так как интересный и доступный для своих граждан какой-то район (объекты, достопримечательности) может быть малоинтересен или труднодоступен для зарубежных гостей. Или, наоборот, привлекательные для туристов места далеко не всегда вызывают интерес местного населения по причине своей повседневности. Зачастую местные туристские ресурсы местными жителями не используются по причине низкого материального или культурного уровня жизни. Нередко бывает, что район, сформировавшийся для/внутреннего туризма и имеющий множество предпосылок для приема/иностранных гостей (многообразие природных

ландшафтов, культурно-исторические памятники и т.д.), не превращается в развитый район международного туризма по причине недостаточного уровня сервиса или из-за конкуренции с другими районами (странами), либо из-за недостаточной рекламы своего туристского продукта и т.д.

Таким образом, следует всегда конкретизировать понятие: о каком туризме идет речь - внутреннем или международном.

Поскольку вся заселенная людьми территория планеты может в перспективе и направлять, и принимать туристов, то туристскому районированию подлежит весь заселенный мир.

В данной классификации туристское районирование зарубежного мира опирается на следующий системно-структурный подход - за самую крупную территориальную единицу берется регион, т.е. следующие географические зоны развития: Западная Европа, Восточная Европа, Северная Америка, Латинская Америка, Юго-Западная Азия (Ближний Восток), Южная Азия, Юго-Восточная Азия, Центральная и Восточная Азия, Африка, Австралия и Океания. Следующей единицей туристского районирования является страна. Рассмотрение каждой страны в отдельности абсолютно необходимо, так как рассматривается вопрос международного туризма, т. е. обмена туристами между отдельными странами. Кроме того, весь статистический учет в международном туризме проводится именно по странам. Следует отметить и то, что влияние туризма на экономику рассматривается также по странам. В силу этих факторов страна выступает как важнейшая таксонометрическая единица при районировании в международном туризме.

Довольно часто в развитых в туристском отношении и богатых рекреационными ресурсами странах выделяют туристские зоны. Данный термин используется для тех районов, где хорошо развит туризм, т.е. большая часть территории интенсивно посещается туристами.

Широко распространенное понятие «туристский центр» включает в себя определенные географические пункты (города, курорты), которые не только популярны среди туристов, но и имеют развитую туристскую инфраструктуру.

Необходимо отметить, что, оказывая большое влияние на уровень и структуру хозяйства как отдельных территорий, так и целых стран, а также на их ландшафт, быт населения, потребление и охрану рекреационных ресурсов и т.д., туризм серьезно влияет на облик этих территорий, нередко меняет их специализацию, изменяет их экономические связи, а значит, выступает в качестве важного районообразующего фактора. В настоящее время в мире существует множество районов в разных странах, чей облик изменился благодаря туризму, а также, где туризм стал ведущей или одной из ведущих отраслей экономики

### ***Туризм в странах Восточной Европы***

По развитию туристской индустрии регион Восточной Европы, несмотря на наличие здесь многообразных рекреационных и познавательных ресурсов, отстает от Западноевропейского региона. Это объясняется рядом факторов:

1) в странах Восточной Европы процесс переориентации туристской индустрии от планового хозяйства к рыночному протекает медленно;

2) туристская инфраструктура, а также уровень сервиса стран Восточной Европы по многим показателям не соответствует современным международным требованиям и стандартам, принятым в Западной Европе;

3) недостаток рекламы туристского продукта многих восточноевропейских стран на западном рынке;

4) относительно невысокая покупательная способность основной массы населения ряда стран Восточной Европы сдерживает рост туристского потока из этих стран;

5) по приему гостей с восточноевропейскими странами успешно конкурируют такие традиционно туристские страны, как Греция, Турция, Кипр, Мальта, Египет, Испания и т.д.

6) негативный имидж Восточной Европы в связи с конфликтом в странах бывшей Югославии.

### ***Туризм в странах Западной Европы***

Ряд важных географических, экономических, политических и культурных предпосылок способствует тому, что Западная Европа была и остается наиболее развитым в плане международного туризма регионом. Здесь можно выделить следующие факторы:

1) высокий уровень жизни основной массы населения;

2) развитая сеть транспортных линий и коммуникаций;

3) географическая близость европейских стран друг от друга;

4) большая изрезанность береговой линии и наличие бухт, заливов и внутренних морей;

5) высокая плотность городского населения;

6) большое сосредоточение исторических, культурных и природных памятников на

сравнительно небольшой территории;

7) большое число разнообразных районов с благоприятными условиями для отдыха,

лечения, организации экскурсий и путешествий;

8) большой опыт в организации туризма.

Как и в других частях света, в Западной Европе преобладает внутрирегиональный туризм, т.е. обмен туристскими потоками между европейскими странами выше, чем между Европой и другими континентами.

Среди наиболее характерных особенностей европейского туризма можно отметить преобладание потоков в меридиональном направлении, что выражается в путешествиях туристов из северных стран на юг и наоборот, а также концентрацию туристов вокруг Средиземноморского бассейна (включая прилегающие районы Азии и Африки). Основные причины меридиональной направленности туристских потоков заключаются в разнице климатических условий и разнообразии ландшафтов, что, в свою очередь, наложило существенный отпечаток на быт, культуру и традиции населения юга и севера региона.

Однако меридиональная направленность туристских потоков имеет тенденцию к снижению за счет большого числа путешествий в соседние страны, что, как правило, объясняется более низкими расходами на поездку, а также стремлением туристов ознакомиться с историей, культурой, традициями и т.д. расположенных рядом государств. Так, в Италии большинство туристов составляют граждане Германии, Швейцарии и Франции.

В европейских туристских потоках прослеживается тенденция «анти-подности», т.е. стремление южан посещать север, северян юг, жителей равнин - горные курорты, горожан сельскую местность и т.д.

### ***Международный туризм в странах Америки***

Сюда относятся 2 крупных региона: Северная Америка, Латинская Америка и острова Карибского бассейна. Наибольшее развитие туризм получил в США, Канаде и Мексике. Важную роль в этом процессе играют Карибские острова, привлекающие гостей своей экзотичностью.

Большой удельный вес Северной Америки в мировом туристском движении связан с рядом благоприятных факторов. В том числе:

- выгодным географическим положением региона меж трех океанов: Атлантическим, Тихим и Северным Ледовитым;
- огромной территорией, с чрезвычайно разнообразными ландшафтами, богатыми рекреационными ресурсами, многообразием исторических, культурных и хозяйственных объектов;
- высокой степенью хозяйственного развития стран, в том числе туристской инфраструктуры, включая все виды транспорта, что способствует передвижению и размещению туристов, организации сервиса.

Важную роль сыграл и тот факт, что длительное время после Второй мировой войны США являлись ведущей капиталистической страной, наряду с Канадой имели наиболее высокий жизненный уровень населения в мире. Следует отметить и то, что этот англоязычный район способствует притоку туристов практически из всех стран, где говорят по-английски.

Основные туристские потоки в Северной Америке, как и в Европе, носят внутрирегиональный характер, т.е. между США и Канадой. Осуществляется большой обмен туристами со странами Центральной Америки, прежде всего с Мексикой. Из заокеанских районов основным поставщиком туристов в Северную Америку является Европа, Азия также принимает активное участие в этом процессе.

Сезонность прибытий зарубежных туристов в Северную Америку четкая и аналогична таковой в Европе, что связано с расположением двух этих регионов примерно в одинаковых климатических поясах.

Средняя продолжительность пребывания туристов в целом, согласно статистическим отчетам, невелика, так как довольно значительная часть посетителей из Канады и Мексики прибывает в США, а из США в Канаду всего на несколько дней, многие же являются просто экскурсантами, т.е. продолжительность их пребывания не превышает 24 часов. Туристы из-за океана проводят в Канаде и США в среднем около двух недель.

### ***Международный туризм в странах Азии***

Азия -самая большая часть света. Здесь проживает более половины всего населения планеты. Для того чтобы лучше разобраться с особенностями развития туризма в этой крупнейшей части света, следует выделить следующие регионы: Юго-Западную Азию (Ближний и Средний Восток), Южную Азию, Юго-Восточную Азию, Центральную и Восточную Азию. Азия привлекает к себе все большее число туристов благодаря следующим факторам:

- огромной, чрезвычайно емкой для приема туристов территории (Азия самая большая часть света);

- омыванию берегов Азии тремя океанами и десятками их морей и заливов;

- расположению этой части света во всех климатических областях, значительному многообразию и богатству природных ландшафтов и рекреационных ресурсов;

- наличию огромного числа исторических и культурных памятников, а также природных достопримечательностей;

- нахождению в Азии важнейших мировых святынь и центров паломничества;

- этнической пестроте континента;

- нахождению в Азии государств с самой высокой численностью населения в мире: Китай, Индия;

- бурным темпам экономического развития ряда государств: Сингапур, Япония, Южная Корея, Малайзия, Китай и т.д. Одновременно с этими благоприятными условиями существует и ряд негативных факторов, которые сдерживают развитие туризма в Азии. Прежде всего следует отметить:

- неблагоприятные природные условия для туризма на обширных территориях ряда стран (пустыни, высокогорье со сложным рельефом, джунгли и т.д.);

- слабое развитие транспортной инфраструктуры ряда стран;

- доминирование идеологических интересов над экономическими в ряде стран, как следствие этого экономическая отсталость этих стран, их неподготовленность к приему туристов, отсутствие сервиса (КНДР, Монголия, Камбоджа, Вьетнам, Иран, Ирак); отсутствие внутривластной и экономической стабильности в ряде азиатских стран (Афганистан, Ливан, Иран, Ирак).

Основной целью посещения Азии туристами из других районов мира является знакомство с культурой, историческими и природными достопримечательностями. Деловые поездки и конгрессный туризм характерны более всего для Японии, Южной Кореи, Сингапура, Китая. С целью лечения и поклонения религиозным ценностям посещается Израиль. Внешние туристские связи Азии осуществляются главным образом авиацией. Большинство рейсов выполняются самолетами международных авиакомпаний, меньшая часть - компаниями, принадлежащими



странам

Азии.

Вследствие широкого диапазона климатических условий определенного сезона прибытий в Азию нет, но по отдельным регионам его можно проследить.

Основным туристским рынком для Азии являются страны Европы (из них выделяются бывшие метрополии Великобритания и Франция, а также Германия, Италия, Нидерланды, Скандинавские государства), США и Канада. Из Африки наиболее велики туристские потоки из стран Магриба в Мекку и Медину, а из Восточной Африки - в Индию, Пакистан и Иран. Относительно велики потоки туристов из Австралии и Новой Зеландии, особенно в Юго-Восточную и Южную Азию. Из азиатских стран во внутриазиатских потоках выделяется Япония. Потоки из Азии в другие части света сравнительно невелики, азиатский туристский рынок пока совершенно не соответствует огромной численности его населения. Сегодня за пределы этой части света больше других выезжают японцы и жители ряда стран Юго-Западной Азии.

Данный регион охватывает огромную и чрезвычайно разнородную в географическом, историческом и социально-экономическом отношении территорию. Сюда входит 16 государств: Афганистан, Бахрейн, Израиль, Иордания, Ирак, Иран, Йемен, Катар, Кипр, Кувейт, Ливан, Объединенные Арабские Эмираты, Оман, Саудовская Аравия, Сирия, Турция. Необходимо отметить, что условное понятие «Ближний и Средний Восток» несколько шире, чем «Юго-Западная Азия», т. к. оно охватывает территорию государств Юго-Западной Азии, а также Египет и Судан. Выгодное географическое положение одних государств и районов сочетается с удаленностью и изолированностью других; благоприятные климатические и ландшафтные условия для туризма и курортного дела, а также разнообразие рекреационных ресурсов одних стран - с пустынными, засушливыми (на большей части Аравийского полуострова) в других. Имеются и серьезные политические различия: в ряде государств региона сохранились монархии (в том числе абсолютные) с сильными пережитками феодальных и родоплеменных отношений, но преобладает все же республиканская форма правления. В целом же Юго-Западную Азию можно считать одним из самых перспективных в деле развития туризма регионов. Широкий выход ко многим морям и заливам Атлантического и Индийского океанов, а также к Каспийскому морю, географическое положение на стыке трех частей света, разнообразные рельефные и климатические условия, большое число солнечных дней, уникальные природные достопримечательности, многочисленные исторические, культурные и религиозные памятники, наличие развитой туристской инфраструктуры в ряде государств (Кипр, Турция, Израиль) - все эти и многие другие факторы способствуют широкому привлечению гостей из других частей света, а также развитию туристского обмена внутри региона.

***Международный туризм в странах Африки***

Африка - чрезвычайно интересный, очень перспективный, но наиболее слабо освоенный туристский регион. Среди факторов, благоприятствующих развитию туризма на этом континенте, можно выделить следующие:

- 1) близость к Европе и Азии;
- 2) теплая погода и обилие солнца круглый год;
- 3) наличие во многих прибрежных районах Африки прекрасных пляжей, на базе которых можно создать морские курорты;
- 4) разнообразная экзотическая природа, в том числе уникальная дикая фауна;
- 5) многообразие культурных и исторических достопримечательностей в Северной Африке.

К числу факторов, которые сдерживают развитие туризма в Африке можно отнести следующие:

- 1) низкий экономический уровень большинства африканских стран;
- 2) слабо развитая туристская инфраструктура и транспортная сеть;
- 3) нестабильное внутривластное положение ряда стран континента;
- 4) отсутствие развитого внутреннего туризма, который «прокладывает дорогу» международному;
- 5) правительства ряда стран уделяют развитию туризма недостаточное внимание;
- 6) некоторые районы континента характеризуются неблагоприятными климатическими условиями (сильная жара, засухи, длительный период выпадения обильных осадков).

По развитию фонда размещения Африка значительно уступает Европе и Северной Америке. Наибольшего развития фонд размещения достиг в странах Северной Африки и ЮАР, и темпы его роста здесь выше, чем в других странах континента. Слабо развит транспорт. Наибольшая густота сети дорог с твердым покрытием в ЮАР, Марокко, Тунисе, Сомали. В ряде стран с сухим климатом для туризма в какой-то мере может использоваться часть грунтовых дорог. Но в странах, расположенных в экваториальной зоне и прилегающих областях, использование дорог без твердого покрытия в сезон дождей невозможно. Учитывая, что из Европы многие туристы приезжают на автомобилях и автобусах, правительства многих африканских стран обращают внимание на строительство новых и совершенствование имеющихся автодорог.

Самым популярным видом транспорта у посетителей африканских государств является авиация. Десятки авиарейсов связывают Африканский континент с Европой, Америкой и другими частями света. Довольно успешно развивается в районе Африки особая форма морского туризма - круизы. Это объясняется сравнительно небольшим расстоянием между портами Европы и Азии по отношению к портам Северной и Западной Африки, расположением у берегов привлекательных для путешественников островов - Мадейра, Канарских, Зеленого Мыса, островов Гвинейского залива. Используя круизное путешествие по Средиземноморью, туристы

могут осмотреть за одну поездку страны трех частей света. Сезонность туризма здесь зависит как от местных климатических условий, прежде всего положения Африки в северном и южном полушариях, так и от общемировых тенденций сезонности туризма. Основные туристские зоны Северной Африки находятся в приморских частях АРЕ, Алжира, Туниса и Марокко, т.е. в субтропической части северного полушария. Несмотря на то что максимум туристских посещений приходится на летние месяцы, число прибытий туда довольно значительно и в зимние месяцы. Алжир может принимать гостей 9 месяцев в году (лучшие месяцы: март май и сентябрь ноябрь). Марокко страна круглогодичного туризма, но и здесь, хотя местная зима для европейцев предпочтительнее, лето продолжает играть более важную роль. В южных районах Туниса сезон длится круглый год, но в остальных районах туристским сезоном можно считать 8 месяцев. Для маршрутного туризма по этой зоне удобнее более прохладные зимние месяцы. Некоторое несовпадение периодов комфортных по климатическим условиям для туризма с месяцами наибольшего числа приездов иностранных гостей объясняется тем, что большинство отпусков в Европе предоставляется в летние месяцы, а также сформировавшейся традицией. На юге континента в ЮАР, расположенной в субтропической зоне и в зоне тропических пассатов Южной Африки, климатические условия, влияющие на сезонность, иные.

Летние «пики» туризма объясняются тем, что любители тепла едут в декабре - феврале в южное полушарие. «Пики» апреля связаны с тем, что в это время в ЮАР стоит отличная погода, а повышенный приезд туристов в июле-августе - с возможностью заниматься лыжным спортом в горах, где снег лежит несколько зимних месяцев, а также с притоком традиционных отпускников из Европы.

Страны Экваториальной зоны, которая простирается к югу и северу от экватора на 56 градусов, а на восток до Великих озер, с годовым колебанием температур не более 45° С и с последовательно чередующимися двумя дождливыми сезонами и двумя относительно сухими, а также страны зон экваториальных муссонов северного и южного полушарий, имеющие влажный и сухой сезоны, характеризуются увеличением числа приезда туристов в сухое время года. Так в Нигерии туристский сезон длится с октября по май.

Таким образом, благодаря своему положению в двух полушариях, Африка обладает широкими перспективами для развития туризма в течение всего года, чередуя по месяцам приема зарубежных гостей, то одни, то другие страны.

Продолжительность пребывания иностранных туристов в странах Африки различна, но в целом характеризуется довольно большой длительностью. Это объясняется тем, что на континенте преобладают путешественники и курортники из отдаленных государств, расположенных в других регионах мира. Преодолев большое расстояние, туристы, как правило, проводят в Африке не меньше двух-трех недель.

Основное число туристов приезжает в Африку из Западной Европы и Северной Америки.

В большинстве случаев ведущие места в потоках, которые принимает Африка, занимают прибытия из бывших метрополий: для Марокко, Алжира и Туниса это Франция, для Республики Заир Бельгия, для Кении - Великобритания. Во многих странах Африки велик удельный вес прибытий из соседних, родственных по языку, религии или политическому устройству государств. Для Кении это Танзания, для Марокко - Алжир и т.д. Кроме туристов из США, которые по числу прибытий в большинстве стран Африки занимают одно из первых мест, значителен приток туристов из Германии и Скандинавских стран.

Внутренний туризм, как внутригосударственный, так и внутриконтинентальный, и туризм африканцев за пределы континента и прилегающих к нему островов развиты слабо, что объясняется, прежде всего, низким уровнем жизни населения большинства стран этого района. Во многих африканских странах правительства по экономическим соображениям ограничивают выезд граждан за границу, устанавливая строгие квоты.

**Модуль II.**  
**2.ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА**  
**СТРАН СНГ И БАЛТИИ**

**2.1. Развитие международного туризма в странах СНГ и Балтии.**

**2.2. География туризма Беларуси**

***1. Изменение социально-экономических и политических условий как фактор развития международного туризма.***

В первые годы после образования СНГ в условиях общего экономического кризиса спрос на туристские услуги существенно снизился. Существующая сеть туристских учреждений в значительной степени нуждалась в реконструкции, повышении качества обслуживания. В общем объеме предоставляемых услуг населению государств СНГ наметилась тенденция к снижению расходов на туристско-экскурсионные и санаторно-оздоровительные услуги в среднем на 0,3-0,5 %. Сократились межгосударственные поездки граждан СНГ с целью отдыха, стали преобладать шоп-туры. После распада СССР только на территории России более 10 000 объектов социального туризма фактически приостановили свою деятельность. Туризм стал недоступен для основной массы населения стран Содружества. Наибольшее количество поездок граждан СНГ вне стран Содружества было зарегистрировано в 1995 г. – 21,3 млн человек. С тех пор их количество снизилось почти в 2 раза. Причина этого – ухудшающееся экономическое положение большинства стран. В настоящее время страны СНГ занимают весьма скромное место на мировом рынке туристских услуг, на их долю приходится менее 2 % мирового туристского потока.

Еще в 1990 г. СССР принимал и обслуживал в год около 50 млн туристов и более 300 млн экскурсантов. В казну государства от этой отрасли ежегодно поступала сумма, эквивалентная 16 млрд долларов США.

В 1985 г. в СССР на одного туриста, отправляющегося за рубеж, приходилось 15 внутренних туристов. Сегодня картина иная, например, в России на 10 выезжающих приходится 1 внутренний турист. Для Республики Беларусь это соотношение – 1:20. Для сбалансированного же туристского рынка в соответствии с рекомендациями Всемирной туристской организации (ВТО) необходимо следующее оптимальное соотношение: 1 въездной – 1 выездной – 4 внутренних туриста.

Схожие трудности испытывают практически все страны Содружества. В аналитическом докладе Исполнительного Секретариата СНГ «О социально-экономическом положении государств – участников СНГ в 1998 г. и мерах по смягчению финансового кризиса» отмечалось, что туристская индустрия государств Содружества в новых экономических условиях развивается в основном без финансовой поддержки со стороны государств и носит явно выраженный коммерческий характер.

Поступления от международного туризма в СНГ в конце 1990-х гг. составляли лишь около 8 млрд долларов США, что составляет примерно 4 % от поступлений в мире.

В конце 1990-х гг. прибытие иностранных туристов в государства СНГ составило около 18 млн человек (в 1993 г. – 5,9 млн). Больше всего граждан СНГ выезжало в такие страны, как Болгария, Венгрия, Германия, Польша, Румыния, Турция, Финляндия, Чехия и страны бывшей Югославии, Китай и США.

Однако в странах Содружества существует большой разброс данного показателя по странам. Лидером туризма СНГ до недавнего времени была Украина. После присоединения Крыма к России эта территория сохранила пока многие свои традиционные недостатки: невысокую организацию транспорта и питания, перебои с водоснабжением, низкий уровень санитарно-гигиенического состояния курортной зоны. Эти проблемы планируется решить путем образования шести кластерных зон.

## ***2. Современные тенденции развития МТ в странах СНГ и Балтии.***

Одним из перспективных направлений развития международного туризма для стран Содружества является более широкое задействование объектов всемирного наследия (культурного, природного и культурно-природного), т.к. 3,4 % объектов, расположенных в странах СНГ, включены в число объектов всемирного достояния.

В то же время анализ развития туризма в большинстве стран СНГ свидетельствует, что на рынке предлагается туристский продукт старого (советского) образца без учета национального колорита, а это, естественно, приводит к заметному снижению потока въезжающих туристов, неразвитости инфраструктуры.

Состояние материальной базы туризма в странах Содружества оставляет желать лучшего, она существенно отстает от международных стандартов и требований и, следовательно, от качества обслуживания.

Развитие туризма в государствах Содружества в условиях реформирования экономики выявило ряд общих негативных тенденций: вывоз валютных средств из государств СНГ, свертывание национальных туристских программ, слабое развитие внутреннего туризма, отсутствие координирующей работы по целенаправленной поддержке и продвижению национального продукта со стороны государства на туристских рынках, крайне низкое инвестирование этой сферы экономики и др.

Следует отметить, что такая ситуация в области туризма не устраивает государства Содружества. Усилия по развитию туристских связей направлены на поиск новых подходов к межгосударственной интеграции в туристской сфере. Основой этого процесса явилось определение задач по формированию единого туристского пространства с учетом исторически сложившейся профессионально-квалификационной структуры, маршрутной политики и общей методологии. Для решения этих проблем, устранения необоснованной конкуренции и координации деятельности в рамках Содружества Решением Совета глав, правительств СНГ 9 сентября 1994 г. был образован Совет по туризму государств – участников Содружества. За прошедшее время проведено 14 заседаний Совета, на которых рассмотрен

широкий круг вопросов, касающихся взаимодействия и решения возникающих проблем.

Советом разработаны и рекомендованы органам управления туризмом государств – участников Соглашения основные принципы сотрудничества, обеспечения единства методологии и сближения систем статистической отчетности в сфере туризма, утверждены рекомендации по проблемам подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для нужд туризма, сближения законодательно-правовой базы. Осуществляются мероприятия по разработке и внедрению межгосударственных стандартов и систем сертификации в области туризма государств – участников Соглашения. Совет по туризму концентрирует усилия на решении ряда следующих проблем, от которых зависит развитие туризма государств Содружества:

- восстановление управляемости туристским сектором экономики государств СНГ, разработка и внедрение адаптированной к международным стандартам нормативно-правовой базы, обеспечивающей безопасность и качество обслуживания в туризме;
- формирование здоровой конкурентной среды на рынке туристских услуг, преодоление его раздробленности, привлечение иностранного капитала, формирование государственного сектора туризма, опирающегося на инфраструктуру находящуюся в государственной собственности;
- реформирование туризма в целях обеспечения его выхода на международные рынки, создание конкурентоспособного туристского продукта, привлечение иностранных туристов, ускоренное развитие сферы услуг и упрощение связанных с пограничными и таможенными процедурами;
- активизация сотрудничества со Всемирной туристской организацией.

С 1992 г. членство в ВТО стала осуществлять Российская Федерация как правопреемник бывшего СССР. В 1993 г на десятой Генеральной ассамблее ВТО (о. Бали, Индонезия) в Действительные члены организации были единогласно приняты Казахстан, Кыргызстан, Молдова, Туркменистан и Узбекистан, в 1997 г. – Армения и Украина. Интерес к вступлению в ВТО также проявляют Беларусь и Таджикистан. В качестве присоединившихся членов в ВТО (в составе Делового совета) также входит ряд крупных туристских компаний и учебных заведений России (в частности, Российская ассоциация туристических агентств (РАТА), ВАО «Интурист», «Интурист-Холдинг Компания», ЦСТЭ-Интур, Сочинский государственный университет туризма и курортного дела и т. д.), туроператорские компании из Казахстана (Национальная компания «Шелковый путь – Казахстан», «Жибек Жолы», «Яссауи» и «Экосистема») и организации Украины (Киевский институт туризма, экономики и права, гостиничный комплекс «Днипро»). Узбекистан и Украина избраны в состав Исполнительного совета ВТО, что отражает их возросшее политическое влияние в мировом туристском сообществе. Свою кандидатуру на вступление в Исполнительный совет на период 2001-2005 гг. выдвинула Российская Федерация.

В Постоянной комиссии по социальным и гуманитарным вопросам Межпарламентской Ассамблеи СНГ принят модельный Закон «О социальном туризме» и направлен в парламенты государств-участников для использования в национальных законодательствах.

Активно функционирует Объединенный университет туризма государств-участников СНГ, созданный в мае 1998 г. как международный союз общественных объединений (зарегистрирован Министерством юстиции России 24.04.1998 г.), в который вошли учебные заведения и предприятия сферы туризма. Цель его создания – через координацию подготовки специалистов высшей квалификации из стран СНГ способствовать возрождению единого туристского пространства государств Содружества. Объединенный университет туризма СНГ создан на базе Российской международной академии туризма – головного по этому профилю высшего учебного заведения в России.

В настоящее время в состав объединенного университета туризма СНГ вошли Белорусское республиканское объединение «Беларусьтурист», Белорусский фонд развития и поддержки науки и высшей школы, ряд высших учебных заведений России, Беларуси, Армении, Казахстана, Украины, Учебно-консультационный центр «Зила-Булта» г. Риги (Латвия).

Однако проводимая в рамках СНГ работа по развитию туризма требует не только усиления координирующей роли Совета по туризму, но, в первую очередь, практической помощи туристскому сектору со стороны правительств стран – участников Содружества. Прошедший период развития СНГ свидетельствует, что одного лишь провозглашения приоритетности туристской отрасли без конкретной помощи со стороны государства явно недостаточно. Если же страны СНГ в ближайшие 3-4 года не сумеют разрешить вышеобозначенные проблемы, то стагнационный период в туризме затянется на много лет.

### ***3. Международное сотрудничество в сфере туризма. Вклад ВТО в развитие международного туризма.***

В настоящее время международный туризм оказывает значительное влияние не только на национальные экономики принимающих и генерирующих стран, но и на развитие мирового хозяйства в целом, а также на межгосударственные отношения. Вследствие этого возникает необходимость управления международным туристским обменом как в рамках отдельных государств, так и на международном уровне. Для международного управления туристской деятельностью и ее регулирования на межгосударственном уровне создаются международные туристские организации различного профиля. В настоящее время их существует более 200. Это ассоциации, группы ассоциаций, союзы, федерации, комитеты, бюро, комиссии, советы и т.д.

Международные туристские организации подразделяют на следующие основные группы: мировые общего характера; мировые отраслевого



характера; региональные общего характера; региональные отраслевого характера; специализированные; особые.

Главная мировая туристская организация общего характера – Всемирная туристская организация (ВТО). В 2013 г. в нее входили более 150 стран, 7 территорий – постоянных и ассоциированных членов, а также свыше 350 присоединившихся членов, среди которых: национальные правительственные организации, туристские ассоциации, частные компании (в том числе авиакомпании, туроператоры, гостиничные и ресторанные ассоциации), учебные заведения туристского профиля. Штаб-квартира ВТО находится в Мадриде (Испания).

Высшим органом управления ВТО является Генеральная ассамблея, созываемая раз в два года. В состав руководящих органов входит Исполнительный совет, Генеральный секретариат, Комитет присоединившихся членов. Генеральная ассамблея учреждает шесть региональных комиссий: для Африки; Северной и Южной Америки, Восточной Азии и Тихоокеанского региона; Европы; Ближнего Востока и Южной Азии. Перед комиссиями поставлена задача реализации рекомендаций Ассамблеи в рамках соответствующих регионов. Комиссии проводят свои заседания не реже одного раза в год и состоят из всех действительных и ассоциированных членов из соответствующего региона.

Двадцать второго декабря 2003 г. Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций приняла на своей 50-й сессии резолюцию, ознаменовавшую преобразование Всемирной туристской организации в полноправное специализированное учреждение ООН. Этот статус дает ВТО право участвовать в качестве полноправного члена в работе Административного комитета по координации (АКК), который разрабатывает стратегии в масштабах всей системы в ответ на общие межправительственные директивы в области экономического сотрудничества и развития. ВТО также будет приглашаться участвовать в работе Генеральной Ассамблеи, Экономического и Социального Совета (ЭКОСОС) и Совета Безопасности ООН. Имея право вносить предложения, ВТО получает возможность подчеркнуть роль туризма в социально-экономическом развитии и в достижении целей, сформулированных в Декларации тысячелетия.

Всемирная туристская организация стремится, развивая туризм, стимулировать экономическое развитие, создавать рабочие места, поощрять меры по защите окружающей среды и памятников культурного наследия, а также способствовать установлению мира, повышению благосостояния и уважению гражданских прав.

Первоочередные задачи ВТО в настоящее время следующие:

- сотрудничество во имя развития, т.е. расширение и углубление сотрудничества в области туризма в целях развития стран и регионов мира;
- развитие гуманитарных ресурсов, т.е. совершенствование качества образования и профессиональной подготовки туристских кадров;

- планирование, разработка и реализация мер по защите и рациональному использованию окружающей среды,
- повышение качества туристского обслуживания и безопасности туристских услуг;
- изучение туристского рынка, сбор, анализ и систематизация статистических данных; прогнозирование развития туризма в мире;
- обеспечение связей между странами и регионами, участвующими в туристском развитии; разработка и распространение туристской документации.

ВТО решает поставленные задачи, сотрудничая с другими международными организациями (в частности, с ЮНЕСКО, Всемирной организацией здравоохранения, Международной организацией гражданской авиации, правительственными учреждениями стран – членов ВТО, национальными туристскими организациями); устанавливая новые контакты с правительственными, туристскими и другими заинтересованными организациями разных стран; участвуя в международных, региональных и национальных конференциях, семинарах и проектах.

Уникальная позиция ВТО позволяет ей выполнять специальные проекты по продвижению туризма. Примеры таких проектов – «Шелковый путь» и «Путь невольников», реализуемые совместно с ЮНЕСКО.

## **Характеристика рекреационных ресурсов России по регионам**

При проведении рекреационного районирования СССР в качестве основных районообразующих признаков были приняты следующие:

- структура рекреационных функций в зависимости от преобладающего использования рекреационных ресурсов (оздоровительная, туристская, экскурсионная);
- степень рекреационной освоенности территории (низкий, средний, высокий уровни);
- ориентация района на местный, внешний или внутренний рынки.

В соответствии с этими признаками территория подразделялась на рекреационные зоны и районы.

Районирование территории стран СНГ было проведено в 1994 г. Здесь было выделено 4 крупные зоны, состоящие из 20 рекреационных районов, 15 из них находятся в России.

Рассмотрим каждую из этих зон в отдельности.

Первая зона характеризуется большой плотностью рекреационных учреждений, ориентированных на прием туристов со всех регионов СНГ. Сюда относятся 8 районов: Крымский, Кавказско-Черноморский, имеющие высокий уровень рекреационной освоенности; Северо-Кавказский, Горно-Кавказский, Закавказский, Одесский - средний уровень; Каспийский и Азовский - низкий уровень. В пределах этой зоны в состав территории России входят Черноморское и Азовское побережья Краснодарского края и

Ростовской области, Каспийское побережье Дагестана, предгорье Северного Кавказа, горные районы Большого Кавказа.

Вторая зона охватывает районы со средней плотностью рекреационных учреждений, которые рассчитаны как на прием местного населения, так и на отдыхающих из других регионов. Сюда относятся районы России: Центральный - с высоким уровнем рекреационной освоенности; Северо-Западный, Западный, Волжский - со средним уровнем; Уральский со слабым уровнем. Кроме того, сюда же входит Днепровско-Днестровский район - со средним уровнем, расположенный на территории Украины и Молдавии.

Третья зона отличается низким уровнем рекреационной освоенности и ориентирована главным образом на местных отдыхающих. Сюда входят южная часть Сибири и Дальнего Востока (Обско-Алтайский, Енисейский, Прибайкальский, Дальневосточный районы), а также рекреационные территории Средней Азии и Казахстана.

К четвертой зоне относятся северные территории России и большая часть Сибири. В целом она характеризуется низким уровнем развития рекреационной и туристской инфраструктуры.

Для удобства изучения географии туризма территорию России условно можно разделить на 4 крупных региона.

- Центр России, куда относятся центральные, западные, северозападные области, Верхнее Поволжье, Средний и Южный Урал. Регион характеризуется богатым рекреационным потенциалом, стабильностью политической обстановки, многообразием культурного наследия, что способствует развитию туризма.

- Север России. Здесь можно считать перспективными для развития туризма только районы Европейской части: КарельскоКольский и Русский Север. Здесь имеются как природные рекреационные ресурсы, так и различные культурные и исторические достопримечательности. Региону присуща политическая стабильность.

- Юг России. Сюда относятся политически стабильные, но слабо развитые в плане рекреации Центрально-Черноземные области, а также Кавказ, которому одновременно присущи взрывоопасная политическая обстановка и хорошо развитая туристская инфраструктура, значительный рекреационный потенциал. Однако военный конфликт в Чечне самым негативным образом отразился на развитии туризма на Кавказе.

- Сибирь и Дальний Восток. Несмотря на политическую стабильность, данный регион характеризуется рядом факторов, отрицательно сказывающихся на туризме: значительная отдаленность от центра страны, суровые климатические условия, слабая заселенность, неразвитость инфраструктуры, недостаток рекреационных ресурсов.

### **3. БЕЛАРУСЬ, УКРАИНА И МОЛДОВА НА МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ**

#### ***1. Беларусь***

Туристический потенциал Республики Беларусь основан на многообразии и красоте природы, уникальности и своеобразии историко-культурного наследия и включает более 17500 объектов, имеющих историческую, культурную, архитектурную значимость, а также памятных мест, связанных с именами выдающихся деятелей мировой истории и культуры. Около 10% территории страны относится к особо охраняемым природным территориям, в том числе 4 национальных парка («Беловежская пуща», «Нарочанский», «Припятский», «Браславские озера»), и богатейшие водные ресурсы (озёра, реки, болотные комплексы). Четыре объекта, расположенные на территории Республики Беларусь, включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО: замковый комплекс «Мир» в г.п. Мир (Гродненская обл.); архитектурно-культурный комплекс Радзивиллов в г. Несвиж (Минская обл.); национальный парк «Беловежская пуща»; пункты Геодезической дуги Струве.

В Беларуси в качестве приоритетной была избрана социально регулируемая модель развития туристского рынка при ведущей роли государственного управления в целях концентрации инвестиционных потоков и координации усилий по освоению рекреационных ресурсов, формированию и продвижению национального туристского продукта. К настоящему времени успешно реализована Государственная программа по развитию туризма на 2011-2015 годы, готовится проект программы на 2016-2020 гг. Ответственность за разработку и реализацию национальной политики в сфере туризма с 1995 г. возложена на Министерство спорта и туризма и государственное учреждение «Национальное агентство по туризму» (с 2001 г.). Согласно Уставу, основными задачами агентства являются: пропаганда и продвижение услуг субъектов туристической индустрии Республики Беларусь на внешнем и внутреннем туристическом рынке; организация, проведение и участие в работе международных туристических выставок на территории Республики Беларусь и за рубежом, а также в национальных выставках Республики Беларусь за рубежом; обеспечение доступности информации о туристическом потенциале Республики Беларусь, в том числе подготовка, издание, тиражирование и распространение соответствующих рекламно-информационных материалов; расширение международных связей в сфере туризма; содействие повышению качества услуг субъектов туристической индустрии Республики Беларусь; ведение Государственного кадастра туристических ресурсов Республики Беларусь; учебно-аналитическое обеспечение туристической индустрии, разработка методической документации по проведению экскурсий, проведение исследований в сфере туризма; сертификация туристических и гостиничных услуг; организация и проведение курсов экскурсоводов, руководителей туристических групп; организация и проведение профессиональной аттестации экскурсоводов и (или) гидов-переводчиков; повышение квалификации работников субъектов туристической индустрии; содействие субъектам туристической индустрии в их деятельности по развитию туризма; организация, проведение обучающих и рекламно-

информационных мероприятий, презентаций туристических возможностей Республики Беларусь, конкурсов, семинаров, других мероприятий в сфере туризма и участие в них; работа туристического информационного центра и развитие сайта о туризме в Беларуси [belarustourism.by](http://belarustourism.by).

Согласно Государственной программе развития туризма на 2011–2015 годы, приоритетными видами туристической деятельности в Республике Беларусь являются транзитный и трансграничный туризм, познавательный, агроэкотуризм, оздоровительный, спортивный, деловой и религиозный туризм. Именно по этим направлениям ведется формирование современного турпродукта, однако существует ряд объективных факторов, препятствующих интенсивности этого процесса. В туристической индустрии Беларуси нет активной конкуренции, недостаточно используются современные технологии. Пока не преодолена диспропорция в развитии туризма между столицей и регионами. Некоторые виды туризма, такие как деловой, промышленный, транзитный, имеют огромный потенциал, вызывают большой интерес у туристов, однако, к сожалению, все еще не развиты в достаточной степени. До сих пор окончательно не сформирован эффективный механизм частно-государственного взаимодействия.

Основным препятствием является необходимость ориентации производственной деятельности на иностранных потребителей, что вызывает ряд определенных трудностей, связанных с маркетинговыми исследованиями, продвижением национального туристического продукта, его ценообразованием и сбытом. Кроме того, следует учитывать необходимость применения в процессе формирования туристического продукта только услуг национальных поставщиков, уровень качества которых во многом не соответствует существующим международным стандартам (прежде всего это касается средств размещения). В Республике Беларусь существует собственная и во многом уникальная нормативно-правовая база туристической деятельности. В целях углубления туристических взаимоотношений Республики Беларусь с иностранными государствами требуется ратификация многочисленных наднациональных правовых актов и межгосударственных договоров.

Новой и очень важной тенденцией последнего десятилетия является участие республики в глобальной туристской политике, расширение ее международного сотрудничества в туристической сфере. 4 мая 2005 г. Президентом Республики Беларусь был подписан Закон Республики Беларусь "О ратификации Устава Всемирной туристской организации", после чего Республика Беларусь стала 146-м действительным членом Всемирной туристской организации (UNWTO). С этого момента работа Беларуси в рамках UNWTO заметно активизировалась. В 2007 году состоялся визит Генерального Секретаря Франческо Франжиалли, после чего Беларусь вошла в ряд международных образовательных программ и проектов, а также была разработана уникальная программа поддержки развития агроэкотуризма.

В апреле 2015 года состоялся визит в Беларусь Генерального Секретаря Всемирной туристской организации Талеба Рифаи. Он подтвердил, что в

ближайшие два-три года при содействии экспертов UNWTO в Беларуси планируется усовершенствование сбора статистической информации путем внедрения вспомогательного (спутникового) счета в туризме, что позволит получить достоверные данные о совокупном вкладе туризма в отечественную экономику (его доли в ВВП, занятости, инвестициях, доходах бюджета) и послужит весомым аргументом для привлечения в эту сферу государственных и частных инвестиций. Эксперты UNWTO готовы оказать помощь в продвижении Беларуси на международном рынке, формировании имиджа страны, обмене опытом в области передовых технологий, обучении кадров как за рубежом, так и в Беларуси. Первым конкретным шагом станет проведение в конце 2015 или в начале 2016 года в Минске международной конференции по туризму под эгидой UNWTO.

Основными тенденциями развития международного туризма в настоящее время являются следующие: туристические потоки движутся в сторону Востока, меняется возрастная аудитория (возрастает число молодых туристов и туристов «третьего» возраста), активно индивидуализируется программа путешествия, растет роль IT-технологий и увеличивается социальная ответственность туриста. В связи с этим основными характеристиками современного турпродукта являются следующие: гибкость, динамичность, возможность замены; ясность и полезность для туриста; экологическая направленность; четкое попадание в целевую группу; тематичность; индивидуальность. В Республике Беларусь предпринимается целый ряд попыток создания нового турпродукта, соответствующего последним тенденциям.

Важным событием в туристической индустрии Беларуси стало проведение чемпионата по хоккею 2014 года в Минске. Это событие обусловило появление целого ряда новшеств: внедрена и активно функционирует система TAX FREE; по городу курсируют красные двухэтажные экскурсионные автобусы-«даблдекеры», запущено первое мобильное приложение-путеводитель «Минск Minsk», ведется работа по созданию бренда города Минска. Пять последних лет активно разрабатывается имидж республики на Форуме «Имидж Республики Беларусь: создаем и реализуем проекты». В современном музейном туризме в Беларуси сегодня активно используются интерактивные формы работы с молодежной аудиторией: ролевые игры, «ночи музеев», квесты и т.д. Первый исторический театрализованный квест прошел в замке Радзивиллов в Несвиже 26 сентября 2015 года. Все это позволяет увеличить поток посетителей и усилить интерес к посещению музеев.

Давние традиции в Беларуси имеют развитие событийного туризма. Помимо известного «Славянского базара» долгие годы пользуются популярностью полесский кулинарный фестиваль «Мотольские прысмаки», клюквенный фэст в Миорах «Журавы и журавины», конфетный фэст в Ивенце и многие другие. В 2013 году к ним прибавился вишневый фестиваль в Глубоком. Формирование качественного событийного турпродукта требует ресурсов, недостаточных у отдельно взятых туроператоров. Для этого

требуется объединение усилий и создание актуального рыночного предложения. Такая инициатива появилась в начале 2015 года под названием «Минск выходного дня». Проект представил генеральный директор Центра стратегического развития «Маркетинговые системы» Анатолий Акантинов. Суть проекта - привлечение туристов в город в период с мая по сентябрь, когда в столице и ее окрестностях проходит ряд интересных событий: этнофестиваль в скансене «Строчицы», GreenFest на Боровой, Фестиваль фейерверков в Силичах, «Наш Грюнвальд» в Дудутках, Музыкальные вечера в Мирском замке, Фестиваль воздушных шаров, Сырный фестиваль и многие другие. Основной целью прибытия будет являться посещение праздника, остальное время посетителя будет занято знакомством с достопримечательностями Минска и окрестностей, дегустацией национальной кухни, экскурсиями, развлечениями, шопингом и т.д. Целевая аудитория проекта – молодежь, семьи с детьми из России и стран СНГ. Стоимость туров должна быть привлекательной, а при покупке пакета турист будет получать скидки на проезд и карту гостя с комплектом скидок на посещение различных объектов сервиса. Для продвижения проекта предполагается создать пул из представителей турфирм и отелей, а также транспортных организаций.

Актуальным сегодня является и продвижение Минска как MICE, и в особенности, как конгресс-дестинации, тем более что к проведению чемпионата по хоккею было построено множество новых гостиниц, реновированы уже существующие, номерной фонд города был значительно увеличен. Тем не менее, этот процесс замедляется отсутствием бренда города и маркетинговой стратегии, а также специальной структуры – конвеншн-бюро либо гостинично-туристического логистического центра. Дискуссии о его создании ведутся в настоящее время. Как уже было отмечено выше, в задачи Национального агентства по туризму входит разработка турпродукта и продвижение страны на внутреннем и внешнем рынках. Однако, по мнению многих профессионалов туриндустрии, в Минске не хватает специальной структуры, занимающейся продвижением города как центра делового и событийного туризма.

Открытым остается вопрос о создании качественного нового продукта для транзитного туризма. Уникальность географического положения Беларуси заключается в расположении страны в самом центре Европы, на пересечении трансъевропейских транспортно-коммуникационных магистралей с запада на восток и с севера на юг. Важное значение для развития туризма в Беларуси имеет трансъевропейский коммуникационный коридор Париж–Берлин–Варшава–Брест–Минск–Орша–Москва, а также трасса Санкт-Петербург–Витебск–Могилев–Гомель–Киев, связывающая скандинавские страны с Черноморским бассейном и являющаяся древним торговым и культурным путем Европы. Все это делает нашу республику логистически привлекательной для транзитного туризма, в рамках которого туриста можно задержать на территории страны с помощью непродолжительной, но насыщенной программы проведения досуга на

агроусадах, базах отдыха, аквапарках, экскурсионных объектах республики. Однако численность организованных туристов, прибывших в Республику Беларусь в 2012 году, составила 118,7 тысяч человек, в 2013 году – 120 тысяч, в 2014 году – 136 тысяч человек. Средняя продолжительность пребывания иностранных туристов в Беларуси – 4 дня, в связи с чем было принято решение о разрешении краткосрочного безвизового пребывания иностранцев на территории Республики Беларусь. Так, в тестовом режиме с 12 июня 2015 года начал действовать безвизовый въезд для посетителей национального парка «Беловежская пуща» при наличии документа, предоставляющего иностранному гражданину право на посещение Национального парка.

В настоящее время на территории страны действуют трансграничный зеленый маршрут между Польшей и Беларусью «Августовский канал – Беловежская пуща», международный проект «Белла Двина» в Витебской области. По белорусскому участку коридора Витебск–Гомель проходят такие туристские маршруты как «Из варяг в греки» и «Дорогами викингов», которые демонстрируют историческую связь Беларуси с древними торгово-культурными путями Европы и Востока.

С целью рационального использования сферой туризма национального историко-культурного наследия и наиболее ценных природных комплексов разработана Государственная инвестиционная программа возрождения историко-культурного и природного наследия республики «Золотое кольцо Беларуси». В рамках развития приграничного сотрудничества программой инициируется ряд инвестиционных коммерческих и гуманитарных проектов по следующим основным трансграничным туристским маршрутам: «Дорога замков» (Тракай–Гольшаны–Крево–Першай–Лида–Новогрудок–Любча–Мир–Несвиж–Минск–Вильнюс); «Шлях пілігрымаў» (Вильнюс–Минск–Будслав–Нарочь–Поставы–Вильнюс); «Из Балтики в Черное море по древнему пути «Из варяг в греки» (из Балтийского моря по рекам Неман, Березина и Днепр вдоль западных берегов Черного моря в Стамбул; из Балтийского моря по рекам Буг, Припять и Днепр вдоль западных берегов Черного моря в Стамбул); «Паруса перемен»: Рига–Даугавпилс–Браслав (на основе идеи и проекта восстановления международных парусных регат в г. Браславе, строительство туристско-спортивного комплекса с яхт-клубом); «Сельский экспресс» (Молодечно–Нарочь–Друя–Латвия (восстановление и строительство туристско-хозяйственной железной дороги европейского типа).

В 2015 году в решении этой проблемы появились новые инициативы. Компания «Белоруснефть» готова превратить 550 заправок, которые ежедневно посещают 350 000 автомобилистов, в информационные туристические центры. На АЗС можно будет получить информацию о тематических маршрутах проекта Belarus N и агроусадах, включенных в маршрут, забронировать и оплатить будущее путешествие, купить всё необходимое: продукты питания, топливо, туристические принадлежности. Планируется брендировать АЗС (согласно тематике близлежащего



маршрута), создать общий рейтинг маршрутов и Интернет-портал, а также мобильное приложение Belarus N. К участию в программе приглашаются все заинтересованные стороны: владельцы агроусадьб, объектов туристической направленности и сферы обслуживания, общественные, коммерческие организации, крупные промышленные предприятия.

Классический экскурсионно-познавательный туризм продолжает существовать в Беларуси и сохраняет свою популярность. На сегодняшний день в стране официально существует более 1000 туристических экскурсионных маршрутов, самые популярные из которых проходят через Полоцк, Несвиж, Мир, областные центры (Витебск, Брест, Гродно, Могилев, Гомель) и столицу - Минск). Тематика экскурсионных программ – самая разнообразная – от спортивной до исторической и приключенческой. 24-25 сентября 2012 года в Минске состоялся Первый съезд экскурсоводов и гидов-переводчиков. Ежегодно в республике проводится фестиваль экскурсоводов, проводит работу «Белорусская ассоциация экскурсоводов и гидов-переводчиков». На туристических порталах Беларуси доступны 3D туры и сферические панорамы, позволяющие совершить виртуальные путешествия по наиболее известным экскурсионным объектам страны.

Одной из важнейших тенденций в современной экскурсионной деятельности является анимация. Дискуссии о необходимости внедрения театрализованных интерактивных программ велись профессионалами индустрии давно и ведутся в настоящее время. Мнения специалистов разделились: одни видят в них своеобразное спасение от стандартов и скуки, а также способ увеличения прибыли при одновременной популяризации историко-культурного наследия. Другие выступают против, называя экскурсии-анимации профанацией самой идеи экскурсионного обслуживания и призывают вернуться к классике, работающей по схеме «группа – экскурсовод – экскурсионные объекты». Все точки над «i» расставили практика, запросы самих туристов и современные требования к экскурсионному обслуживанию. В значительной степени помог и зарубежный опыт. Сегодня можно утверждать, что анимационные экскурсионные программы заняли достойное место среди предложений отечественных турфирм и рейтинге их популярности. Вместе с тем становление отечественных экскурсионных анимационных программ шло медленно и с большими трудностями. Вначале в экскурсии внедрялись только отдельные развлекательные элементы, к примеру викторины или дегустации, вкрапление музыкальных моментов. Затем появились и полноценные анимационные программы.

Одними из первых стали создавать анимационные программы сотрудники туристической компании «Святовит» (svyatovit.by), которая находится в Лиде. И до сих пор одними из наиболее популярных продолжают считаться первые интерактивные представления «Свадьба короля Ягайло» и «Княжеский суд», которые проводятся в стенах Лидского замка. Авторами популярной программы «Шляхетская история» несколько лет назад стали известные экскурсоводы Александр Варикиш и Евгений

Апанасевич. Со временем каждый из них возглавил свою туристическую фирму и в настоящее время предлагает свой вариант популярной программы. Евгений Апанасевич – с 2015 года заместитель директора «Беларустурист», а до этого - директор ООО «Колесо Путешествий» (bytur.by). Компания предлагает несколько десятков разнообразных анимационных программ, которые постоянно обновляются и дополняются. Например, в экскурсии-анимации «Па слядах Напалеонаўскіх скарбаў» туристам предлагается узнать о делах давно минувших дней, увидеть своими глазами места легендарных событий 1812 года и стать участником авантюрного путешествия в прошлое. А в сотрудничестве с экстрим-театром «Берсерк» в рамках туристической выставки «Турбизнес» туристическая компания «Колесо путешествий» презентовала новую анимационную экскурсию по Минску «История в лицах».

Глава Фонда «Страна замков» (zamak.by) Александр Варикиш с 2006 года вносит свой вклад в сохранение и популяризацию историко-культурного наследия Беларуси. Кроме «Шляхетской истории» компания предлагает экскурсии-анимации «Путь короля Миндовга» и «Тайна великого князя», постоянно обновляются рождественские анимационные программы (в 2014 году это «Вяртанне гусара»). Своим долгом А. Варикиш считает спасение от разорения старинных усадеб: фольварка в Воложинском районе Минской области, усадьбы Бенюны и хутора Родевичи Ошмянского района Гродненской области.

Анимационные экскурсионные программы сегодня разрабатываются не только в Минске, но и во многих крупных городах Беларуси. К примеру, гости Бобруйска могут принять участие в программе под названием «Бобруйские картинки». Анимационная программа с посещением этнографической деревни создана в Могилеве. В древнем Заславле туристы смогут очутиться «В гостях у пани Зоси». Сегодня практически в каждом крупном городе есть возможность проводить экскурсии, как обзорные, так и тематические, используя возможности анимации. Так, в г. Новогрудке Гродненской области Беларуси местные власти развивают проект «12 месяцев», основной идеей которого стало ежемесячное проведение детских и семейных праздников. Планируется создание интерактивного анимационного «учебника истории» - целой серии программ для школьников, являющихся дополнением к школьным занятиям. Инициатором такого проекта стала компания «Мастерская впечатлений».

Классический военно-исторический туризм приобрел новые современные черты в работе историко-культурного комплекса «Линия Сталина». Здесь стали регулярно устраивать военно-исторические реконструкции, привлекающие гораздо больше посетителей, чем классические экскурсии. К примеру, оригинальное название – «Гитлер капут!» – дали новой уникальной анимационной программе. В ходе экскурсии туристы оказываются в эпицентре боя. Туристы могут также прочувствовать все прелести армейской жизни, если побывают на программе «Один день в армии» или «You are in the army now!». В течение одного-двух

дней они пройдут настоящий курс молодого бойца: строевую подготовку, инженерную и огневую подготовку, наряд по кухне и многое другое. К военным анимациям, включаемым в экскурсионные программы, относятся и реконструкции событий войны 1812 года. Весьма интересной оказалась «премьера» первого трансграничного тура «По следам сражений войны 1812 года в Витебской и Смоленской губерниях», подготовленного туристической фирмой «Илва» (Витебск) и туристско-экскурсионным центром «На семи холмах» (Смоленск). Это путешествие протяженностью 370 км должно познакомить экскурсантов с местами былых сражений русской армии с войсками Наполеона и архитектурно-историческими памятниками той эпохи.

Туризм в Беларуси, как и во всем мире, активно «зеленеет». Тем более, что для этого в стране есть все условия, созданы объекты для туристического показа: вольеры с дикими животными, экологические тропы, музеи под открытым небом, уникальные участки леса, вековые деревья и другие. Организуются зоны отдыха возле водоемов, вдоль автомобильных трасс, разрабатываются маршруты с активными видами передвижения, которые предусматривают посещение национальных парков, заповедников, ознакомление с памятниками природы, истории и культуры. В стране существует 8 зеленых маршрутов. Идея Greenways пришла в Беларусь из Польши и получила активное распространение и поддержку. Наиболее популярным маршрутом являются «Воложинские гостинцы» (общая протяженность – 220 км), включающие посещение исторических местечек - Ракова, Ивенца, Воложина, различных экомузеев и агроусадоб. Проведена экологическая сертификация более пятидесяти агроэкотусадоб по стандартам Европейского центра эко- и агротуризма. Формируются туристические кластеры в Ошмянском и Сморгонском районах Гродненской области, предлагающие уникальные водные, пешие и конные экомаршруты.

В настоящий момент в Беларуси зарегистрировано более двух тысяч усадоб. Все они очень разные, хотя БОО «Отдых в деревне» разработаны стандарты, которые рекомендованы при открытии усадьбы. Но во всех сельских усадьбах гостей вкусно накормят и предложат множество занятий: и на лодках покататься, и на рыбалку сходить, покататься на лошадях и научиться белорусским обрядам и песням. Для коренных городских жителей есть особое развлечение - подоить корову, покормить кур, постричь овец, покосить траву. Во многих агроусадьбах можно отметить древние праздники дохристианской эпохи.

Большой популярностью у туристов пользуются все виды активности, в которых можно сделать что-то самому: кулинарные мастер-классы с последующей дегустацией, ремесленные занятия с самостоятельным изготовлением сувениров (крафт-туризм), обучение старобелорусским песням и танцам и т.д. Усадьба «На Заречной улице» с 2015 года предлагает своим гостям катание на древнем драккаре викингов. Некоторые усадьбы предлагают уникальные программы оздоровления – сон на ульях, обертывания сеном. В последние годы у многих российских туристов популярен турпродукт-связка: санаторий+агроусадьба. Те, кому не нравится

«режимный» образ жизни санатория, сервис старого, советского образца, предпочитают селиться в усадьбе, организовывать отдых согласно своим предпочтениям, а за услугами (душ, массаж, грязевые обертывания и т.п.) приезжать, например, на велосипеде в близлежащий санаторий.

Уровень развития медицины и санаторная база в Беларуси привлекают в республику иностранных клиентов из России, Польши, Германии, Израиля, Америки, поэтому данное туристическое направление в республике активно развивается. Белорусские санатории обладают разнообразными ресурсами для лечения и оздоровления. В их числе уникальный микроклимат каждой здравницы, источники минеральных вод, лечебные грязи. На сегодняшний день существует множество предложений по организации отдыха и оздоровления в санаториях и здравницах Беларуси. Основные профили лечения в белорусских санаториях: заболевания органов дыхания и сердечно-сосудистой системы, опорно-двигательного аппарата, нервной системы, желудочно-кишечного тракта, гинекологические заболевания и болезни органов кровообращения. Развивается в стране не только оздоровительный, но и медицинский туризм. У иностранцев востребованы пластическая хирургия, гинекология и акушерство, трансплантология, кардиохирургия, лечение онкологических заболеваний, диагностические обследования, профилактическое лечение, восстановление после перенесенных заболеваний. В Беларуси иностранных туристов привлекает высокая квалификация белорусских врачей, оснащенность наших клиник, высокий уровень качества медицинских услуг. В Республиканской больнице спелеолечения работает единственный в СНГ спелярий.

Беларусь – полиэтническая и поликофессинальная страна. На ее территории столетиями рядом проживают представители различных религий – христиане, иудеи, мусульмане и др. Культовые сооружения представителей разных вероисповеданий соседствуют во всех городах и местечках республики. Верующие стремятся к чудотворным иконам и нетленным мощам белорусских святых: Евфросиньи Полоцкой, Софии Слуцкой, Иоанна Кормянского. Паломнические туры по Беларуси часто приурочены к какой-либо определенной дате. Поклониться Святым мощам небесной покровительницы Белой Руси преподобной Евфросинии Полоцкой ежегодно приезжают 5 июня. Пешее паломничество католиков к Будславской иконе Божией Матери 2 июля. Специально созданная паломническая служба предлагает туристам множество паломнических маршрутов по Республике Беларусь, странам ближнего и дальнего зарубежья, организует прием паломнических групп из зарубежных стран с целью знакомства с уникальной историей и культурой Беларуси.

Одной из важнейших проблем туристической отрасли остается подготовка квалифицированных кадров. Лидирующее положение в решении этой проблемы занимает Белорусский государственный университет – подготовка кадров для туриндустрии осуществляется на трех факультетах – географическом, ФМО и историческом. Специфика подготовки кадров на историческом факультете состоит в накоплении студентами обширных

знаний по истории и культуре Беларуси и других стран. Основная подготовка кадров обеспечивается кафедрой этнологии, музеологии и истории искусств, где более 7 лет действует СНО «Клуб экскурсоводов БГУ IN VIA», являющийся победителем конкурса «Лучший молодежный проект БГУ» (2010 год). Все это закономерно привело к тому, что исторический факультет БГУ занял нишу по подготовке экскурсоводов: за время работы клуба было аттестовано более 30 успешно работающих сегодня экскурсоводов и гидов-переводчиков.

Кроме того, кафедра и факультет имеют традиции многолетнего и успешного сотрудничества с Министерством спорта и туризма (Департаментом по туризму и ГУ «Национальное агентство по туризму»): представители этих организаций входят в состав ГЭК, участвуют в качестве экспертов в научно-практических семинарах «Клуба экскурсоводов БГУ IN VIA» (Кармазин В.П., Богданович Н.А., Лихимович Е.В. и др.). Налажено эффективное взаимодействие с туристическими компаниями Беларуси: регулярное прохождение студентами практик (производственной, экскурсионной) на базе турфирм ТЭУП «БеларусТурист», ООО «БелАгроТрэвел», ООО «Колесо путешествий», УП «МАТЭП-90», ГУ «Центркурорт» и других.; а также с предприятиями сферы гостеприимства (гостиницы, агроусадьбы и т.д.) – проведение тренингов и семинаров на базе различных предприятий (гостиница «Ренессанс Минск», гастро-паб «Шеф», ИКК «Линия Сталина», КФ «Страна Замков», и т.д.). Продолжается сотрудничество кафедры этнологии, музеологии и истории искусств с БОО «Отдых в деревне» (с 2008 года) в рамках проекта «Кулинарное наследие Беларуси»: совместно издано 4 монографии, подготовлено к печати 4 монографии, проведены их презентации на многочисленных республиканских и международных конференциях (более 30). Кафедрой организованы регулярные консультации экспертов сферы туризма по написанию курсовых и дипломных работ на базе турпредприятий. С 2012 года на факультете действует практикоориентированная магистратура по туризму, где преподают ведущие практики туристической индустрии, обеспечено постоянное участие экспертов туристической индустрии в научно-практических семинарах «Клуба экскурсоводов БГУ IN VIA». За 6 лет деятельности клуба проведено более 50 семинаров и выездных тренингов по Беларуси и за рубежом. Преподаватели кафедры тесно сотрудничают и готовят материалы для интернет-портала «Туризм и отдых».

Студенты направления специальности «культурное наследие и туризм» постоянно участвуют в работе туристических выставок «ОТДЫХ» и «ТУРБИЗНЕС», Фэсте экскурсоводов, работают в качестве волонтеров (Чемпионат мира по хоккею, различные фестивали, конференции, круглые столы и т.п.). Сочетание высокого качества теоретической подготовки с постоянной практической составляющей обеспечивает практически стопроцентное трудоустройство выпускников кафедры и устойчивый спрос на специалистов исторического факультета.

Одной из основных стратегий формирования современного турпродукта становится привлечение экспертов мирового уровня и объединение усилий туроператоров, отельеров, маркетологов по созданию актуальных предложений для определенных целевых групп туристов. Важной тенденцией является процесс формирования частно-государственного партнерства для эффективного продвижения турпродукта на отечественном и международном рынке. Все это позволяет прогнозировать увеличение потока иностранных туристов (5 млн. человек к 2020 году) и создание благоприятных условий для оказания гражданам Республики Беларусь и иностранным гражданам качественных туристических услуг.

В Республике Беларусь на сегодняшний день созданы благоприятные социально-экономические условия, способствующие устойчивому развитию всех отраслей хозяйства, включая туристический комплекс. Страна расположена в динамично развивающемся мезорегионе Центральной и Восточной Европы, обладает выгодным географическим положением, богатым природным и историко-культурным наследием, современными технологиями, позволяющими сформировать привлекательный туристский продукт.

## **2. Украина**

Республика Украина, занимающая третье место среди стран СНГ по площади территории (603,7 тыс. км<sup>2</sup>) и второе по количеству населения (свыше 50 млн человек), расположена в Восточной и Юго-Восточной Европе на пересечении важных транзитных путей. По размерам территории Украина превосходит крупнейшую европейскую страну – Францию. На юго-западе Украина граничит с Молдовой и Румынией, на западе – с Польшей, Венгрией и Словакией, на севере – с Беларусью, на востоке и северо-востоке – с Россией. Южная часть страны омывается теплыми водами Черного и Азовского морей. Выгодное географическое расположение, богатое природное и историко-культурное наследие страны являются важными предпосылками привлечения туристских потоков, однако невысокий уровень развития туристского комплекса определяется неблагоприятными социально-экономическими факторами.

С запада на восток территория страны простирается от Карпат до Среднерусской возвышенности более чем на 1300 км, а с севера на юг – от реки Припять до черноморского и азовского побережий более чем на 900 км. Основная часть территории Украины расположена в пределах юго-западной части Восточно-Европейской равнины и представляет собой сочетание холмистых возвышенных участков (Волинская, Подольская, Приднепровская, Приазовская возвышенности, Донецкий кряж) и обширных низменностей (Полесская, Приднепровская, Причерноморская). На западе возвышаются Украинские Карпаты (гора Говерла, 2061 м). На горные системы приходится лишь 5 % площади страны, однако их роль в ландшафтном разнообразии и территориальной организации туризма очень велика

Умеренный континентальный климат основной части Украины является более мягким по сравнению с прилегающими районами России и Беларуси. Природно-климатические условия в целом весьма благоприятны для проживания и хозяйственной деятельности, включая рекреационно-туристскую. Разнообразие природных ландшафтов Украины определяется расположением в зоне смешанных лесов, лесостепной и степной зонах, наличием в ее пределах Украинских Карпат. Важная роль в организации туризма в стране принадлежит водным объектам. Морские побережья Украины характеризуются уникальным сочетанием курортно-рекреационных ресурсов климатического, бальнеологического, ландшафтного характера.

На территории страны учтено около 147 тыс. памятников археологии, истории, архитектуры, монументального искусства. Не следует забывать, что значительное количество памятников было утрачено в ходе многочисленных войн. История Украины помнит не только величие Киевской Руси, расцвет которой пришелся на X-XI в., но и трагические страницы феодальной раздробленности, монголо-татарского ига и векового гнета Золотой Орды, зависимости от Великого княжества Литовского и Речи Посполитой, турецкие и татарские вторжения, крестьянско-казацкие восстания, униженное положение отсталой окраины Российской империи, сложные события, связанные со становлением советской власти. Украинская земля овеяна мужеством и героизмом народа в годы Великой Отечественной войны. За годы войны фашистами было разрушено и уничтожено свыше 700 городов и поселков Украины, сожжено около 28 тыс. сел и деревень. В историю второй мировой войны вошли Киев, Одесса, Севастополь и Керчь, подвиги которых увековечены высоким званием «город-герой».

Наиболее высокой концентрацией объектов историко-культурного наследия выделяются Киевская, Львовская, Черниговская области, а также города Киев, Львов, Одесса, Чернигов, Севастополь. Ежегодный объем экскурсионного обслуживания заметно снизился в последние годы, но все же является значительным – свыше 980 тыс. человек ежегодно.

Материально-техническая база туристского комплекса Украины в сравнении с другими странами СНГ представляется значительной, однако нуждается в модернизации, современные возможности которой ограничены в силу социально-экономических проблем.

### **3. Молдова**

Республика Молдова, расположенная в междуречье Прута и Днестра (историческое название – Бессарабия), по площади территории (33,76 тыс. км<sup>3</sup>) уступает всем государствам СНГ, за исключением Армении, однако по живописности ландшафтов и благоприятности агроклиматических условий может соперничать с любой страной Европы. С трех сторон Молдова соседствует с Украиной, по р. Прут на западе проходит граница с Румынией, влияние которой на общественные процессы в стране в 1990-е гг. заметно возросло. Традиционно аграрная Молдова, не имеющая высокоразвитой промышленности и сырьевых ресурсов, после распада СССР переживает глубокий социально-экономический и политический кризис, что

ограничивает возможности освоения рекреационно-ресурсного потенциала. Военно-политический конфликт в Приднестровье принес неисчислимые страдания местным жителям, усугубил экономические проблемы и крайне негативно отразился на туристском имидже страны.

Поверхность и осадочные отложения Молдовы отражают длительное соперничество на этой территории суши и моря, которые сменяли друг друга полмиллиарда лет. Итогом сложной геологической истории региона стало богатство палеонтологических находок, представляющих значительный научный интерес и создающих перспективы для специализированного археологического и научно-образовательного туризма.

В отличие от своих соседей, Молдова не имеет морских побережий. Природный облик страны определяется обилием южного солнца, живописной ландшафтной мозаикой из зеленых холмов, речных долин, цветущих фруктовых садов, виноградных плантаций. Равнинно-холмистая поверхность сильно расчленена речными долинами и балками. Природным символом Молдовы является заповедник «Кодры» («Старый густой лес») – невысокие холмы в центральной части страны, увенчанные сохранившимися островками дубрав. Среди кодринских дубрав встречаются также граб, бук, ясень, липа, клен, берест, ильм. Южные склоны холмов покрыты виноградниками. Высшая точка Кодр и всей страны, гора Баланешты, достигает отметки всего 429,5 м. Впечатление горного края, характерное для пейзажей этой возвышенности, создают резкие перепады высот на небольших расстояниях. Живописный расчлененный холмисто-эрозионный рельеф Кодр, создающий иллюзию гор на высоте 300-400 м, не имеет аналогов в Европе. Известный географ В. П. Докучаев, любящий Кодрами, называл их «бессарабской Швейцарией». Дополнительную привлекательность этому уголку Молдовы придают утопающие в пышной зелени садов кодринские села, дома которых украшены резьбой по дереву с национальным орнаментом.

Мягкий умеренно-континентальный климат Молдовы характеризуется короткой малоснежной зимой с частыми оттепелями и продолжительным солнечным жарким летом. Молдова находится в пределах лесостепной и степной природных зон. Леса занимают менее 9 % ее площади. Флора Молдовы насчитывает 1540 видов высших растений, что является очень значительным показателем для такой небольшой территории. Уникальное богатство страны составляют ее плодородные почвы. Согласно расчетам ученых, почвы Молдовы содержат 1 млрд тонн гумуса. Около 80 % территории приходится на черноземы – мировой эталон плодородия почв. Плодородные почвы и теплый мягкий климат способствовали успешному аграрному развитию страны, но в то же время обусловили повсеместное сельскохозяйственное освоение ее территории. В результате типичные степные и лесостепные ландшафты Молдовы в естественном состоянии почти не сохранились.

Экскурсионный потенциал Молдовы, на первый взгляд, не содержит уникальных историко-архитектурных объектов международного значения,



однако своеобразное культурно-этнографическое наследие может стать важным элементом программ сельского туризма и специализированных фольклорно-этнографических туров. На профессиональном уровне народные традиции Молдовы представляют известные художественные коллективы: ансамбль народных инструментов «Флуераш», хоровая капелла «Дойна», танцевальный коллектив «Жок» и др. Значительный интерес представляют отдельные архитектурные памятники (средневековая крепость в Сороках и др.).

Благодаря обилию солнца и тепла Молдова славится давними традициями виноградарства и виноделия. Молдавские вина и коньяки известны далеко за пределами страны и поставляются королевским дворам Великобритании и Дании. Любопытно, что в Молдове разрабатывается специализированный туристско-экскурсионный маршрут, на котором можно будет познакомиться с традициями и технологиями национального виноделия, а в местной медицине получила развитие ампелотерапия – лечение вином и виноградным соком заболеваний печени, желчного пузыря и обмена веществ. Теплый климат, живописные пейзажи и изобилие дешевых овощей и фруктов делают Молдову очень привлекательной для развития детского и семейного лечебно-оздоровительного отдыха. При этом следует учитывать конкуренцию со стороны соседних туристских регионов – черноморского побережья и Карпат.

Столица и крупнейший город страны Кишинев интересен сохранившимися архитектурными памятниками и своеобразным национальным колоритом. Важным экскурсионным объектом Кишинева является мемориальный дом-музей А. С. Пушкина, где великий поэт в период ссылки начал работать над романом «Евгений Онегин». В окрестностях Кишинева находится поселок Криково, знаменитый своими крупнейшими в мире винными подвалами в выработанных шахтах по добыче ракушечника общей протяженностью несколько десятков километров. В перспективе Криково может стать популярным туристским центром с ресторанно-гостиничным комплексом, дегустационными и выставочными залами.

Самопровозглашенная Приднестровская Молдавская республика (3,54 тыс. км<sup>2</sup>), включающая левобережье Молдовы и г. Бендеры с прилежащими населенными пунктами на правом берегу Днестра, относится к числу наиболее густонаселенных регионов СНГ: плотность населения достигает здесь 200 человек/км<sup>2</sup> и вдвое превышает средний для Молдовы показатель. В силу сложной социально-экономической и общественно-политической обстановки рекреационно-туристская деятельность в настоящее время ограничена в основном организацией пригородного отдыха населения Бендер и Тирасполя.

Материально-техническая база рекреационного хозяйства Молдовы значительно уступает стандартам развитых стран. Следует отметить наличие базовой инфраструктуры, сеть автомобильных и железных дорог, международный аэропорт в Кишиневе, инженерно-технические

коммуникации), однако большинство объектов нуждается в реконструкции. Сектор средств размещения включает около 3 тыс. номеров общей вместимостью свыше 5,5 тыс. мест. В современных кризисных условиях многие объекты рекреационной инфраструктуры не востребованы. За период 1996-2000 гг. емкость средств размещения сократилась на 1/4, а уровень их загрузки составил 20 % (1992 г. – 56 %). С учетом социально-экономических условий Молдовы база приема туристов в перспективе может быть существенно расширена за счет развития агротуризма, проживания и питания отдыхающих в сельских домах местных жителей.

В сложившихся кризисных условиях Молдова уступает практически всем государствам Европы по уровню развития внутреннего и международного туризма. Объем въездного потока с 1992 по 2000 г. сократился в 15 раз и составил лишь 19 тыс. посетителей. В целевой структуре прибытий преобладают поездки с личными и деловыми целями. Характерно, что удельный вес прибытий с рекреационными целями сократился с 90 % в начале 1990-х гг. до 10-15 % в конце десятилетия. Число туристов, прибывших с целью отдыха и оздоровления, во второй половине 1990-х гг. в среднем составляло 2-3 тыс. человек. В связи с крайне низким уровнем жизни населения объем выездного туризма также является незначительным: 32 тыс. зарубежных поездок в 2000 г. Таким образом, индекс международной туристской активности населения Молдовы является одним из минимальных в мире. Незначительным является и платежеспособный внутренний спрос на услуги организованного туризма.

В современных социально-экономических условиях сложно говорить о процессах районообразования в рекреационном хозяйстве Молдовы. Живописные Кодры, долина Днестра, Дубоссарское водохранилище, низовье Прута, г. Кишинев, г. Сороки, аграрные регионы с сохранившимся традиционным сельским укладом жизни и другие уголки страны в перспективе могут стать центрами формирования рекреационных районов различного иерархического ранга.

Помимо традиционного детского и семейного лечебно-оздоровительного отдыха, перспективными направлениями развития рекреационного хозяйства Молдовы являются сельский, экологический, культурно-этнографический туризм специализированные программы (спелеотуризм, научно-образовательные туры, знакомство с традициями и технологиями виноделия и др.). Однако перечисленные нетрадиционные туристские направления до настоящего времени не получили в Молдове существенного развития в силу неблагоприятных социально-экономических и общественно-политических условий. В целях возрождения и развития туристского сектора в Молдове в 2000 г. был принят Закон «О туризме», создано Национальное агентство по туризму. При агентстве действует Консультативный совет по туризму, а также Фонд поддержки и развития туризма.

#### **4. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ В СТРАНАХ БАЛТИИ**

Страны Балтии – Эстония, Латвия, Литва – обладают сходными природно-климатическими, ландшафтно-географическими и экологическими предпосылками развития туризма. Переходный период в экономике, схожая политико-экономическая ситуация определяют общие проблемы развития туристской отрасли в странах этого региона. Туристская привлекательность региона заключается, в первую очередь, в его приморском положении и связанной с ним курортной рекреацией. Здесь сформировались два крупных международных пляжно-курортных комплекса – Паланга (Литва) и Юрмала (Латвия), регионального значения эстонские приморские комплексы Пярну и Хаапсалу. Природно-рекреационные предпосылки – не единственный фактор туристской привлекательности района. Большой интерес представляет богатое культурно-историческое наследие городов региона, памятники Средних веков и Нового времени. В этом плане привлекательны столичные города – Таллинн, Рига, Вильнюс. Западноевропейские и местные туроператоры предлагают круизы, отдых на побережье Балтийского моря, поездки выходного дня в Ригу, Таллинн, Вильнюс, отпуска на крестьянских дворах и специализированные велосипедные туры. Таким образом, Балтию можно рассматривать как перспективный район рекреационного, познавательного, сельского, делового и других видов туризма. При этом основные направления туризма в достаточной мере обеспечены здесь соответствующей инфраструктурой.